



UNIVERSIDAD NACIONAL  
DE SAN MARTÍN

# Revista Amazónica de Ciencias Económicas

Volumen 1, Número 2, Año 2022.

**San Martín,  
su potencial e importancia económica  
como región proveedora del Perú.**



Volumen 1 • Número 2 • Julio - Diciembre 2022



Fondo Editorial  
Universidad Nacional de San Martín

© **Universidad Nacional de San Martín**

Facultad de Ciencias Económicas

Jr. Maynas N° 177, Tarapoto –Perú

**Editor**

Fondo Editorial

**Editorial:**

Universidad Nacional de San Martín

**Diseño de portada:**

Lic. Manuel Angel Rojas Torres

Volumen 1, Número 2, Año 2022

DOI: 10.51252/race

e-ISSN: 2810-8825

**Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2022-XXXX**

Tarapoto, San Martín, Perú, Julio 2022



Revista Amazónica de Ciencias Económicas

---

Volumen 1 • Número 2 • Julio - Diciembre 2022

Tarapoto, Perú

e-ISSN: 2810-8825

DOI: 10.51252/race

**RACE.** Revista Amazónica de Ciencias Económicas es una revista de divulgación científica de acceso abierto editada por el Fondo Editorial de la Universidad Nacional de San Martín, en colaboración con la Facultades de Ciencias Económicas. Tiene como misión divulgar el conocimiento producido por la comunidad académica-científica en las áreas de Administración, Contabilidad, Economía y Turismo. La revista tiene como objetivo publicar artículos originales e inéditos de gran relevancia para la sociedad, de forma semestral en español.

#### **Editor Jefe**

Dr. Miguel Angel Valles Coral, Universidad Nacional de San Martín, Perú

#### **Editor Asociado**

Dr. Nora Manuela Dextre Palacios, Universidad Nacional de San Martín, Perú

Dra. Raidith Riva Ruíz, Universidad Nacional de San Martín, Perú

#### **Comité editorial**

M. Sc. Pierre Rojas Vidaurre, Universidad Nacional de San Martín, Perú

Dr. Rony Flores Ramírez, Universidad Nacional de San Martín, Perú

Dr. Víctor Andrés Pretell Paredes, Universidad Nacional de San Martín, Perú

#### **Comité científico**

MBA. Seidy Janise Vela Reátegui, Universidad Nacional de San Martín, Perú

Dra. Olga Maritza Requejo La Torre, Universidad Nacional de San Martín, Perú

Dr. Clifor Daniel Sosa de La Cruz, Universidad Nacional de San Martín, Perú

MBA. Silvestre Quintana Pumachoque, Universidad Nacional de San Martín, Perú

Dr. Anibal Pinchi Vásquez, Universidad Nacional de San Martín, Perú

#### **Gestor de la revista**

Ing. Juan Carlos Velasco Mieses, Universidad Nacional de San Martín, Perú

#### **Secretario editorial**

Ing. Lloy Pool Pinedo Tuanama, Universidad Nacional de San Martín, Perú

Bach. Jorge Navarro Cabrera, Universidad Nacional de San Martín, Perú

#### **Diagramadora**

Est. Kasidy Argandoña Del Aguila, Universidad Nacional de San Martín, Perú

#### **Correctora de estilo**

Bach. Itzel Garagay Mozombite, Universidad Nacional de San Martín, Perú

#### **Soporte Tecnológico Informático**

Est. Deyver Montenegro Fernandez, Universidad Nacional de San Martín, Perú

#### **Diseño gráfico editorial**

Lic. Manuel Angel Rojas Torres, Universidad Nacional de San Martín, Perú





## Índice de contenido

### Editorial

---

- San Martín, su potencial e importancia económica como región proveedora del Perú** e416  
*San Martín, its potential and economic importance as a supplier region of Peru*  
Pinedo, L.

### Artículos originales

---

- Gestión municipal y promoción turística de Tarapoto** ..... e348  
*Municipal management and tourism promotion of Tarapoto*  
Cotrina-Coral, G. & Flores-Ramírez, R.

- Desempeño docente y rendimiento académico de estudiantes universitarios de contabilidad** ..... e354  
*Teaching performance and academic performance of university accounting students*  
Pérez-Tello, C., Riva-Ruiz, R., Tuesta-Pinedo, J. & Gonzáles-del-Águila, J.

- Eficacia publicitaria y lealtad en clientes de una institución educativa inicial peruana** e367  
*Advertising effectiveness and loyalty in clients of a Peruvian initial educational institution*  
García-Villacorta, C., Reátegui-Reátegui, M., Vela-Reátegui, S. & Vidaurre-Rojas, P.

- Asignación presupuestaria y crecimiento de las Mypes en Latinoamérica durante la covid-19** ..... e374  
*Budget allocation and growth of Mypes in Latin America during covid-19*  
Arévalo-Alva, L.; Martell-Alfaro, K.; Ríos-López, L.; Saldaña-Pinto, C.; Alejandría-Castro, C.; Fasanando-Puyo, T., Rojas-Vela, J. & Fasanando-García, S.

- Relación entre el proceso de contratación administrativa de servicios y la optimización del área de Recursos Humanos** ..... e406  
*Relationship between the process of administrative contracting of services and the optimization of the Human Resources area*  
Céliz-Córtez, L. J. & Torres-Panduro, M. I.

- Relación entre cultura de emprendimiento y visión empresarial en una cooperativa agraria peruana** ..... e410  
*Relationship between culture of entrepreneurship and business vision in a Peruvian agricultural cooperative*  
Cavero-Rojas, J. C.



# San Martín, su potencial e importancia económica como región proveedora del Perú

San Martín, its potential and economic importance as a supplier region of Peru

Pinedo, Lloy<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú

**Recibido:** 10 Jul. 2022 | **Aceptado:** 15 Jul. 2022 | **Publicado:** 20 Jul. 2022

**Autor de correspondencia\*:** lpinedo@unsm.edu.pe

**Cómo citar este artículo:** Pinedo, L. (2022). Gestión municipal y promoción turística de Tarapoto. *Revista Amazónica de Ciencias Económicas*, 1(2), e416. <https://doi.org/10.51252/race.v1i2.416>

## EDITORIAL

De acuerdo a (Gob.pe, 2022), la Región San Martín en Perú, es una de las regiones que presenta las mejores condiciones para la reactivación y recuperación económica. De hecho, sus indicadores macroeconómicos como el PBI son ligeramente superiores a la tasa nacional desde el año 2019 y su proyección para el 2022 y 2023, apuntan a lo mismo. Adicionalmente, a pesar del golpe sufrido a consecuencia de la pandemia y la pérdida de empleos, su índice de desempleo es uno de los más bajos del país (5,4%). El mismo portal (Gob.pe, 2022) menciona la necesidad de que el gobierno nacional facilite la reactivación de la región, sosteniendo incentivos tales como brindar condiciones de estabilidad e impulsar la ejecución de proyectos de inversión pública.

Por otro lado, debido a su ubicación geográfica, las condiciones climáticas, la diversidad de su flora y fauna que representa la riqueza de su tierra, la Región San Martín es considerada la despensa del Perú. En los cinco últimos años, su producción agropecuaria y pesquera han tenido crecimientos aproximados del 10% y 20% respectivamente. De hecho, gran parte de su producción es exportada a Italia, Chile, Estados Unidos y Bélgica impulsados principalmente por la naturaleza orgánica de su producción.

La Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de San Martín, en su compromiso de formación de profesionales humanistas y competitivos trabaja continua y mancomunadamente, de manera que al egresar apliquen sus conocimientos en la resolución de los problemas que la sociedad en su conjunto reclama. Para ello cuenta con una infraestructura, equipamiento y plana docente que cumple las condiciones básicas de calidad y viene ejecutando una serie de proyectos que garanticen la mejora continua y calidad en todo el proceso de formación de estos profesionales.

Así, en esta oportunidad se pone a disposición el Volumen 1, Número 2 de la Revista Amazónica de Ciencias Económicas que titulamos "San Martín, su potencial e importancia económica como región proveedora del Perú". Los artículos del mismo tratan sobre temas como emprendimiento y visión empresarial, contratación administrativa de servicios, las Mypes en Latinoamérica, eficacia publicitaria y gestión municipal. Esperamos se conviertan en un aporte importante en el incremento del conocimiento y que ello se demuestre como citas en las investigaciones relacionadas que se realicen.



## CONFLICTO DE INTERESES

No existe ningún tipo de conflicto de interés relacionado con la materia del trabajo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Gob.pe. (2022). *Resaltan indicadores de crecimiento en San Martín ante la recuperación económica*. Nota de Prensa.



# Gestión municipal y promoción turística de Tarapoto

## Municipal management and tourism promotion of Tarapoto

Cotrina-Coral, Greysi<sup>1\*</sup>

Flores-Ramírez, Rony<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú

**Recibido:** 27 Abr. 2022 | **Aceptado:** 31 Mar. 2022 | **Publicado:** 20 Jul. 2022

**Autor de correspondencia\*:** [gsamicoral@gmail.com](mailto:gsamicoral@gmail.com)

**Cómo citar este artículo:** Cotrina-Coral, G. & Flores-Ramírez, R. (2022). Gestión municipal y promoción turística de Tarapoto. *Revista Amazónica de Ciencias Económicas*, 1(2), e348. <https://doi.org/10.51252/race.v1i2.348>

### RESUMEN

El estudio tiene como propósito determinar la relación entre la gestión municipal y la promoción turística que se desarrolla en Tarapoto. La investigación fue de tipo básica, de nivel correlacional, diseño no experimental con un enfoque cuantitativo. La población y muestra estuvo conformada por 25 personas vinculadas al sector turismo, para ello se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento un cuestionario, en donde se plantearon 15 preguntas de acuerdo a las dos variables de estudio y sus respectivas dimensiones. Para la prueba de normalidad se utilizó el método de correlación de Pearson, que arrojó como resultado la existencia de relación directa y muy significativa de 0,870, en donde el 48% afirma que el nivel de la gestión municipal es medio y el 52% indica que la promoción turística tiene un nivel bajo de desarrollo. Concluyendo que la existencia de relación significativa entre la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, es aceptable.

**Palabras clave:** gestión pública; marketing; municipalidad; turismo

### ABSTRACT

The purpose of the study is to determine the relationship between municipal management and tourism promotion that takes place in Tarapoto. The research was basic type, correlational level, non-experimental design with a quantitative approach. The population and sample consisted of 25 people linked to the tourism sector, for which the survey technique and the instrument were used, a questionnaire, where 15 questions were asked according to the two study variables and their respective dimensions. For the normality test, the Pearson correlation method was used, which resulted in the existence of a direct and very significant relationship of 0.870, where 48% affirm that the level of municipal management is medium and 52% indicate that tourism promotion has a low level of development. Concluding that the existence of a significant relationship between municipal management and tourism promotion in Tarapoto is acceptable.

**Keywords:** public management; marketing; municipality; tourism



## 1. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial se ha visto que los gobiernos municipales vienen demostrando desarrollo progresivo de sus pueblos, porque han sido una pieza clave para lograr los objetivos que cada gestión edil se plantea en actividades de corto y largo plazo, otros inclusive sólo siguen procesos ya iniciados años anteriores, pero cada gobierno plantea ciertos cambios y giros en sus actividades mediante un pequeño plan de corto plazo, en consecuencia a ello se generan distintos beneficios para que su población pueda desarrollarse en distintos ámbitos, ya sea económico, social, ambiental, entre otros.

Es entonces, que para lograr conseguir todo esto, es necesario que los municipios locales pasen por distintas etapas de mejora para el perfeccionamiento de sus procesos, tanto administrativos, logísticos e inclusión de estrategias de avance por sectores, funciones y territorios que se pueden emprender desde el estado para concebir sus debidas funciones. Con este contexto internacional dirigido a modernizar el desarrollo del estado en todos sus ámbitos de trabajo los cuales han ido moldeando cambios prudentemente otorgados a las estrategias de desarrollo de las mismas gestiones municipales y por consiguiente de su población local (Rojas Morán, 2006). Del mismo modo, Machín Hernández et al. (2019) identifican que el trabajo excelente de una gestión municipal está basado en que el servicio brindado sea la mejor experiencia que haya tenido el poblador local, es decir, se logre que las personas que acudan a las municipalidades terminen contentas con el servicio brindado.

Por su parte en distintos países de América Latina, aún conservan los fines máximos de un municipio como el de: a) Representar a sus vecinos, b) Proporcionar de servicios gubernamentales locales y c) Originar el progreso íntegro, pactado y sostenible de sus pueblos, pese a ello, su gran objetivo en el desempeño de su gestión local hoy por hoy se define a la promoción del desarrollo integral, que a la realidad latinoamericana aún no se ha avanzado a plenitud, ya que sus fuertes limitaciones se ven puestos en la conducción de asistencia que se le otorga a la población y la correcta gestión y manipulación de la inversión en referencia a infraestructura local y desarrollo de proyectos de equipamientos en todo el territorio (Rojas Morán, 2006).

A nivel del Perú, según la Ley N°27972 - Ley Orgánica de Municipalidades, el sistema que desarrolla en las gestiones municipales se institucionaliza en el enfoque de un estado democrático, único y con descentralización, ya que su finalidad suprema es la de pactar el progreso de todo el territorio peruano. Es así como Casiano Inga & Cueva Vega (2020) mencionan que la aceptación de la gestión municipal depende en gran medida de cuan satisfecho se sienta el poblador local cuando es atendido por algún servicio dentro de su municipalidad. Siendo, Cayotopa Ylatoma (2018) quien confirma que el poblador local quiere ser escuchado, incluido y atendido en temas y decisiones que surjan de la municipalidad para el desarrollo de su pueblo.

A nivel local, en la región San Martín la realidad no a está muy alejada de lo que se puede vivir en otras regiones del país, cada gobierno local pasado durante muchos años no han sido los más esperados, siendo uno que otro los aceptados por la población como un gobierno que haya aportado en algo al progreso Sanmartinense.

Rengifo Pérez (2018) indica que el desarrollo turístico es deficiente, ya que los municipios distritales carecen de un área de turismo que fomenten, desarrollen y promocionen la actividad turística, dentro de sus diversas falencias es que no cuentan con herramientas técnicas en el que se especifique al sector turismo desde un nivel de gestión, el turismo no solo son temas de festividades, sino, que también tiene un nivel de gestión para proyectos turísticos, la misma promoción turística de la diversidad de oferta que pueda existir, pero para todo ello es necesario contar con personas estudiadas en el tema, siendo eso una de las debilidades, la falta de personal que sea profesional en turismo y este liderando esta área dentro de una municipalidad. Por su parte, Cardenas Murrieta (2020) plantea que al mejorar las políticas municipales

se mejorará los servicios que la gestión edil ofrece al poblador local y por consiguiente se fortalece el desarrollo organizacional.

Clavé Anton & González Reverté (2010) señalan que la elección del turista hacia un destino turístico depende en gran parte de la información turística que se brinde mediante la promoción que se pueda hacer desde la municipalidad y otros agentes sociales ligados al turismo, así lo confirma Tobar Salinas & Valencia Prado (2020), al aludir que para una mejor promoción turística debería existir una especie de hoja de ruta que los guíe y se estipulen las metas y acciones que se realicen para promocionar los distintos recursos y/o atractivos.

A raíz de las brechas la principal causa de que exista esta ruptura es que no existe un buen manejo de la gestión municipal dentro Tarapoto, obteniendo como consecuencia un nivel bajo de la promoción turística. Frente a esta problemática, el objetivo de la investigación fue determinar la relación que existe entre la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto. Por medio de ello se busca aportar a mayores conocimientos y ver realidades que se pueda ir mejorando.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

La presente investigación fue de tipo básica con enfoque cuantitativo, debido a que solo se dedicó a recopilar información para corroborar la hipótesis, según Marín Villada (2008), indica que su proceso más importante es que se basa en un apoyo de teorías con el objetivo de tener suficiente información para refutar las ya existentes o de crear nuevas referencias. El diseño presentado fue no experimental con nivel correlacional.

La población muestral fue equivalente a 25 sujetos, los cuales fueron trabajadores municipales, entre ellos, personal gerencial (2) y administrativo (3), empresarios turísticos categorizados (15) y representantes gremiales de turismo los más destacados de Tarapoto (5).

Se trabajaron en base a dos variables i) Gestión Municipal con cuatro dimensiones: desarrollo organizacional, finanzas municipales, servicios y proyectos, y gobernabilidad democrática, y la ii) Promoción Turística con tres dimensiones: posicionamiento del producto, lanzamiento de producto y organización de eventos, y presentación al sector. La Tabla 1 muestra el resumen de las variables estudiadas.

**Tabla 1.** Recopilación de las dimensiones examinadas

Variables	Dimensiones	Indicadores
Gestión municipal	Desarrollo organizacional	- Capacidad Organizativa - Capacidad Territorial - Estructura Organizacional - Modernización Tecnológica - Desarrollo de capacidades
	Finanzas municipales	- Capacidad de gestión - Capacidad administrativa financiera - Servicios Municipales
	Servicios y proyectos	- Capacidad de gestión de proyectos - Niveles de servicios brindados - Aceptabilidad de la población
	Gobernabilidad democrática	- Participación y concertación local - Involucramiento con gremios locales - Encuentros
Promoción turística	Posicionamiento del producto	- Relaciones Públicas
	Lanzamiento de producto y organización de eventos	- Campañas de comunicación - Negociaciones
	Presentación al sector	- Proyectos Turísticos - Informaciones Públicas

En relación a las variables que se estudió, se tuvo a la Gestión municipal que según USAID (2008) plantea que la gestión de cualquier municipio está basada en una secuencia de pilares o cimientos que involucra tres aspectos, como el progreso de la economía, el lado social y medio ambiental de un pueblo, con el único fin de generar buenos resultados para toda la población. Desde la realidad se ha podido determinar gracias a las encuestas realizadas que la aceptación de la gestión del municipio local es deficiente, ya que según lo señalado el desarrollo organizacional, las finanzas municipales, los servicios y proyectos y la gobernabilidad democrática no se está haciendo sentir recíprocamente por parte de la población.

En función a la promoción turística del destino, Ejarque (2005) menciona que es en referencia a la información turística necesaria que se le pueda brindar al turista que acude a los diversos puntos turísticos dentro del destino, buscando su satisfacción plena. De acuerdo a lo que se vive en el destino estudiado se obtuvo como resultado que la aprobación de la población es muy deficiente, ya que existe una falta de estrategias para este posicionamiento, que de por sí solo es un destino que poco a poco se viene posicionando en la mente del consumidor que busca conectar con la naturaleza, la poca inversión, la nula existencia de una cartera de proyectos en temas de turismo, la deficiente interacción del gestor turístico con los actores del sector, entre otros puntos claves para que se genere este desarrollo de la promoción turística en Tarapoto. En este sentido Castillo-Palacio & Castaño-Molina (2014) aseguran que la promoción turística trabaja desde el lado de la psicología, es decir se debe aplicar estrategias para llegar a la mente del consumidor y este finalmente sea el que decida optar por el destino turístico que se le está vendiendo.

Se manejó la técnica de la encuesta, en conjunto con el instrumento del cuestionario utilizado para ambas variables, ya que, según (Valderrama Mendoza, 2013), habla que dicho instrumento es una compilación de interrogantes que están sujetas puntualmente a un tema de investigación, dentro del cual se propusieron 30 preguntas siendo para cada variable 15 preguntas, cuya medición fue a una escala ordinal, bajo el criterio de evaluación 1=Muy Deficiente; 2= Deficiente, 3=Aceptable; 4=Bueno; 5=Excelente.

Los datos recogidos fueron trabajadas, tabuladas y procesadas en un formato Excel, esto concedió desarrollar un análisis minucioso para cada una de las variables del estudio, consiguiente a ello se usó una tabla de puntuaciones totales que fueron trabajadas individualmente por cada una de dichas variables, utilizando la técnica de alfa de Cronbach para medir el grado de confiabilidad que se puede obtener para la investigación, el cual fue de 0,925 brindado a cada variable investigada. El estudio cumple con el código de ética del buen investigador, donde se respeta el derecho de autor según lo indicado en las normas APA séptima edición.

### 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1. Gestión Municipal

En relación a los resultados de la Tabla 2, indica que el 48% (12) de los individuos encuestados aseveran que la gestión municipal tiene un nivel medio, en tanto el 40% (10) indican que tiene un nivel bajo y el 12% (3) comprueban que la gestión de la localidad estudiada cuenta con un nivel alto. Siendo admitida la hipótesis que indica “El nivel de la gestión municipal de Tarapoto, es medio”.

**Tabla 2.** Nivel de gestión municipal

Escala de medición instrumento	Escala de medición variable	f	%
Muy deficiente	Bajo	10	40%
Deficiente			
Aceptable	Medio	12	48%
Bueno			
Excelente	Alto	3	12%
	Total	25	100%

### 3.2. Gestión municipal

Según la Tabla 3, se presenta que el 52% (13) estiman a la promoción municipal con un nivel bajo, en diferencia a ello, el 28% (7) lo considera con un promedio medio y el 20% (5) lo estima en nivel alto. Por lo que se afirma la hipótesis que menciona que “El nivel de la promoción turística de Tarapoto, es bajo”.

**Tabla 3.** Nivel de promoción turística

Escala de medición instrumento	Escala de medición de variable	f	%
Muy deficiente	Bajo	13	52%
Deficiente	Medio	7	28%
Aceptable	Alto	5	20%
Bueno			
Excelente			
Total		25	100%

### 3.3. Correlación entre desarrollo organizacional y la promoción turística

En la Tabla 4 se presenta que la correlación P es de 0,479, se muestra que existe relación directa; efectiva moderada; indicando, que, si asciende en la misma dirección, igualmente progresa para los dos objetivos de desarrollo organizacional y promoción turística. Paralelo a ello se comprueba que la correlación es alta, debido a que estadísticamente se señala que los efectos ostentan (0,00 sig. bilateral). En ese sentido no se cree necesaria prueba estadística para rechazar la relación, porque p-valor es mínimo que 0.05. Teniendo como resultado, que se desiste a la hipótesis es nula, y se acepta la hipótesis alterna que revela que “Existe correlación entre el desarrollo organizacional y la promoción turística de Tarapoto”.

**Tabla 4.** Correlación entre desarrollo organizacional y promoción turística

		Desarrollo organizacional	Promoción turística
Desarrollo organizacional	Correlación de Pearson	1	,479*
	Sig. (bilateral)		,015
	N	25	25
Promoción turística	Correlación de Pearson	,479*	1
	Sig. (bilateral)	,015	
	N	25	25

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

### 3.4. Correlación entre la dimensión finanzas municipales y la promoción turística.

El resultado estadístico (Tabla 5) de correlación P arrojó como respuesta el 0,616, lo que manifiesta un vínculo directo; positivo moderado; presentando que la evolución para las dos variables (Finanzas municipales y Promoción turística) las cuales se trabajan conjuntamente para obtener mejores resultados. Asimismo, que la significancia es mayor por lo que se dice que no se cuenta con la necesaria prueba para rechazar la relación, porque la p-valor es mínimo que 0,05. Finalmente, se desecha la hipótesis nula y se le concede la hipótesis alterna en donde se plantea que, si “Existe correlación entre finanzas municipales y la promoción turística de Tarapoto”.

**Tabla 5.** Correlación entre finanzas municipales y promoción turística

		Finanzas Municipales	Promoción turística
Finanzas municipal	Correlación de Pearson	1	,616**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	25	25
Promoción turística	Correlación de Pearson	,616**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	25	25

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

### 3.5. Correlación entre la dimensión servicios y proyectos y la promoción turística.

La prueba final de correlación P es de 0,460 (Tabla 6), lo que muestra que hay una relación directa; positiva moderada. Determinando que la significancia es alta porque el resultado demuestra que los efectos presentan (0,00 sig. bilateral). Teniendo como resultado que no se presenta suficiente prueba estadística para refutar la relación, debido a que la p-valor es menor a 0,05. Consecuente a ello, se acepta la hipótesis alterna que dice que “Existe correlación entre servicios y proyectos y la promoción turística de Tarapoto”.

**Tabla 6.** Correlación entre servicios y proyectos y promoción turística

		Servicios y proyectos	Promoción turística
Servicios y proyectos	Correlación de Pearson	1	,460*
	Sig. (bilateral)		,021
	N	25	25
Promoción turística	Correlación de Pearson	,460*	1
	Sig. (bilateral)	,021	
	N	25	25

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

### 3.6. Correlación entre la dimensión gobernabilidad democrática y la promoción turística.

Según lo presentado en la Tabla 7 la correlación P es de 0,610. En base a ello, se presenta que la significancia es alta, debido a la evidencia estadística exhibe que los resultados presentan (0,00 sig. bilateral). Lo que no existe suficiente prueba estadística para desestimar esta unión, porque la p-valor < 0,05. Es así que se admite la hipótesis que “Existe correlación para gobernabilidad democrática y la promoción turística de Tarapoto”.

**Tabla 7.** Correlación entre gobernabilidad democrática y promoción turística

		Gobernabilidad democrática	Promoción turística
Gobernabilidad democrática	Correlación de Pearson	1	,610**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	25	25
Promoción turística	Correlación de Pearson	,610**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	25	25

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

### 3.7. Relación entre la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto

Con el conocimiento claro de que la prueba total a investigar es de 25, menor a 50, se creyó necesario emplear la prueba de Shapiro-Wilk con el objetivo de tener como resultado la prueba de normalidad de cada una, mejor dicho, demostrar que cada una de las variables en estudio tienen un porcentaje consecuente. Lo cual resulta que la información se reparte de manera concisa, ya que el p-valor para ambas variables son mayores a 0,05 (Gestión Municipal = 0,485; Promoción turística = 0,324).

En ese sentido, se empleó el método de correlación de Pearson, a fin de contrastar la hipótesis, ya que es aceptable para muestras que presenta normalidad.

**Tabla 8.** Prueba de Normalidad.

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión Municipal	,110	25	,231*	,896	25	,485
Promoción turística	,364	25	,552	,888	25	,324

\*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera. a. Corrección de significación de Lilliefors

Para la Tabla 9 el resultado estadístico de correlación P es de 0,870, lo que demuestra que se tiene una relación positiva muy alta; señalando que, así como va incrementando la relación en una misma dirección

asciende para ambas variables (Gestión municipal y Promoción turística). Paralelamente, con el método de correlación utilizado, se considera que, si el valor p es menor a 0,05, existe significancia, de lo contrario no. Determinando de esa manera, que la significancia es elevada, para lo cual se puede decir que no se cuenta con suficiente evidencia para objetar la relación, porque la p-valor  $<0,05$ . Por lo cual, se acepta la hipótesis alterna que muestra que “Existe relación significativa entre la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto”.

**Tabla 9.** Correlación entre gestión municipal y promoción turística

		Gestión Municipal	Promoción turística
Gestión municipal	Correlación de Pearson	1	,870**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	25	25
Promoción turística	Correlación de Pearson	,870**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	25	25

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

Después de haber realizado el cálculo del coeficiente determinante, se comprueba que la variable de estudio gestión municipal tiene relación significativa en un 75,69% sobre la promoción turística de Tarapoto.

#### 4. DISCUSIÓN

Luego de verificar los resultados de la encuesta, en referencia a la primera meta específica, el nivel de gestión de la comuna de Tarapoto, se encuentra en un nivel promedio, por debajo del 48% según la población investigada. Por lo que, la hipótesis de investigación a nivel de gestión de la ciudad de Tarapoto, es aceptable. Por lo tanto, se puede mencionar que la gestión municipal, con respecto a sus lineamientos de desarrollo los cuales son el desarrollo organizacional mediante el desempeño de sus gestores en materia de turismo cuentan con una capacidad de gestión deficiente, debido a la falta de presupuesto requerido dado para el sector turístico, de esta forma se puede decir también que la contribución de los gestores municipales y el compromiso de la gestión municipal es deficiente y media. Cordero Torres (2018) afirma que, para que se desarrolle una gestión eficaz de la ciudad es necesario reacomodar los puestos administrativos, para así poder brindar los servicios suficientes para el desarrollo económico local y los beneficios sociales.

En lo que respecta al segundo objeto específico, el resultado es aceptable en cuanto al nivel de promoción turística de Tarapoto, con un 52% de investigados que afirman que este nivel es bajo, por lo que se acepta la hipótesis de la investigación, mencionando que el nivel de promoción turística de Tarapoto, es bajo. Por lo tanto, se sugiere que este bajo nivel de aprobación se debe al escaso fomento de las diferentes actividades que desarrolla la autoridad local, la defectuosa publicidad de las campañas de turismo, la poca difusión de los atractivos turísticos, el sector privado formal, entre otros, debido a la información desactualizada en sus plataformas virtuales, por consiguiente muestran que las estrategias utilizadas no resultaron eficientemente, siendo como resultado de todo eso que no se ha desplegado una buena estrategia de promoción y búsqueda de inversores que esté dispuestos a apostar por la industria turística de la ciudad.

Según, Sotomayor Granda (2018) la importancia de contar con una herramienta técnica de marketing que favorezcan al cumplimiento del posicionamiento de un destino turístico, el cual aborda la necesidad de utilizar herramientas digitales. Por su lado, Ejarque (2005) señala que la promoción turística se fundamenta en ofrecer la data necesaria al público objetivo (inversores, sector privado, turistas, etc.) con el fin de que estos servicios superen las expectativas puestas por cada uno de ellos. Por lo tanto, se puede mencionar que el desarrollo de un buen plan de marketing es muy trascendental ya que este debe ir de la mano del sector público, privado, academia y cooperación.

Para lo que respecta al tercer objetivo específico, la relación entre las dimensiones de la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, 2020, es aceptable, alcanzando los resultados mediante el programa de estadística SPSS 25, confirmando que, si se tiene una relación entre cada una de las dimensiones y la variable, logrando un coeficiente de correlación de 0,479; 0,616; 0,460; 0,610, por cada uno. Es preciso mencionar que Flores Valencia (2015), cuenta con una relación con el trabajo de investigación, debido a que logra concluir con todo lo recopilado de los investigados según la encuesta que la gestión municipal en su lugar de estudio no está bien administrada porque no se logra el cumplimiento del plan municipal en cuanto a su organización, economía, servicios, entre otros. Dentro de las dimensiones es preciso mencionar lo que Asencio Romero (2012) señala referente a las dimensiones de los servicios y proyectos municipales, que para que estos sean bien desarrollados es necesario que el funcionario público ejerza bien sus funciones.

Por consiguiente, en relación al objetivo general, se obtuvo el resultado que se muestra una correlación entre la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto, aceptando la hipótesis alterna (H1) obteniendo una relación positiva alta y directa de ambas variables, la misma que se percibe una similitud de 0,870, un grado de significancia de 0,000, con un valor de 75,69%.

Por lo que podemos decir que para una buena gestión municipal y promoción turística se requiere que las dos variables se trabajen a la par una con otra, es decir que se apliquen estrategias relacionadas, con la finalidad de lograr un mismo resultado.

En consecuencia, Romero Vásquez (2017) menciona que para el correcto desempeño de la gestión edil se debe articular el trabajo entre todos los sectores, persiguiendo los fines y metas que visiona la municipalidad. Por lo tanto, Esparza Huamanchumo & Cabrera Cabrera (2017), también aceptan esta correlación de variables, los cuales señalan que es importante trabajar con un plan de gestión turístico local el cual genere mejora para su localidad, el cual tiene que ser la hoja de ruta en una gestión municipal y la promoción turística.

## 5. CONCLUSIONES

Los resultados permiten concluir que la gestión municipal de Tarapoto, tiene un nivel medio de percepción por parte de su población debido a que se cree que las falencias están en el bajo desenvolvimiento de sus gestores en lo que respecta a turismo, con una insuficiente capacidad de gestionar estrategias que sirvan como desarrollo del turismo en el destino para el beneficio de todos, creyendo que esto se debe a que no se otorga un correcto presupuesto al desarrollo de la actividad por parte del municipio de Tarapoto, a todo esto se suma que existe un bajo nivel de intervención de la municipalidad con las labores que realizan los gremios de la localidad, percibiendo la falta de compromiso con la industria del turismo en la ciudad.

En cambio, para el nivel de promoción turística de Tarapoto, los entrevistados han afirmado que esta percepción baja es debido a la frágil estrategia de promoción que se realizan en todas las actividades turísticas de la gestión local, es porque las plataformas digitales utilizados para las distintas campañas de turismo no han sido muy bien difundidas, entre ellas el Facebook, Instagram entre otro, para lo que pertenece a la promoción de la diversidad turística que se encuentra en general en Tarapoto, obteniendo estrategias endebles para el marketing y la búsqueda mejores y nuevas inversiones para el destino turístico.

Finalmente, se puede decir que entre la gestión municipal y la promoción turística de Tarapoto se tiene una correlación muy significativa, pero para ello, es necesario trabajar en las dimensiones de desarrollo organizacional, finanzas municipales, servicios y proyectos a través de una cartera de proyectos turísticos que busquen la contribución hacia el desarrollo, y la gobernabilidad democrática, todos alineados a un plan de gestión turístico local, utilizando herramientas digitales y estrategias que sean en beneficio de toda la localidad y así esta se pueda dinamizar y generar progreso a este importante destino turístico en el Perú.

## FINANCIAMIENTO

Ninguno

## CONFLICTO DE INTERESES

No existe ningún tipo de conflicto de interés relacionado con la materia del trabajo.

## CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES

Conceptualización: Cotrina-Coral, G. & Flores-Ramírez, R.

Curación de datos: Cotrina-Coral, G. & Flores-Ramírez, R.

Análisis formal: Cotrina-Coral, G. & Flores-Ramírez, R.

Investigación: Cotrina-Coral, G. & Flores-Ramírez, R.

Metodología: Cotrina-Coral, G. & Flores-Ramírez, R.

Supervisión: Flores-Ramírez, R.

Validación: Flores-Ramírez, R.

Redacción - borrador original: Cotrina-Coral, G. & Flores-Ramírez, R.

Redacción - revisión y edición: Cotrina-Coral, G. & Flores-Ramírez, R.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asencio Romero, P. (2012). *El libro de la gestión municipal: Claves del éxito para políticos y directivos locales* (Ediciones Díaz de Santos (ed.)).
- Cardenas Murrieta, M. (2020). *Gestión municipal y los ejes transversales de la política de la modernización en la municipalidad provincial de San Martín, 2019*. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/41735>
- Casiano Inga, D. A., & Cueva Vega, E. (2020). Gestión municipal, niveles de percepción y confianza: el caso para el distrito de Chachapoyas, Amazonas (Perú) 2019. *Revista de Investigación En Ciencias Sociales y Humanidades ACADEMO*, 7(2). <https://doi.org/10.30545/academo.2020.jul-dic.6>
- Castillo-Palacio, M., & Castaño-Molina, V. (2014). La promoción Turística de Técnicas Tradicionales y Nuevas Una revisión de 2009 a 2014. *Revista de Investigación En Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(3). [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-17322015000300017](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322015000300017)
- Cayotopa Ylatoma, C. (2018). Modelo de gestión turística municipal integrada y participativa para el fortalecimiento de la oferta turística cultural. *Revista de Investigación y Cultura*, 7(3). <https://doi.org/doi.org/10.18050/RevUCVHACER.v7n3a8>
- Clavé Anton, S., & González Reverté, F. (2010). *A propósito del turismo: La construcción social del espacio turístico* (S. L. Editorial UOC (ed.)).
- Cordero Torres, J. M. (2018). El gobierno municipal ¿Promotor del desarrollo local? El caso del municipio semiurbano de Cd. Ixtepec, Oaxaca. *Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 28(52). <https://doi.org/10.24836/es.v28i52.575>
- Ejarque, J. (2005). *Destinos turísticos de éxito: Diseño, creación, gestión y marketing* (Ediciones Pirámide (ed.)).
- Esparza Huamanchumo, R. M., & Cabrera Cabrera, X. (2017). Plan de Gestión Turístico Local para contribuir al desarrollo del Distrito de Puerto Eten. *Revista Científica Epistema*. <https://doi.org/https://doi.org/10.26495/re.v1i1.579>

- Flores Valencia, E. A. (2015). *Repercusión del control interno en la gestión municipal de la Municipalidad Provincial de San Román* [Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez”].  
<http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/341>
- Ley N°27972 - Ley Orgánica de Municipalidades. (2020). Ministerio de Justicia. In *Sistema Peruano de Información Jurídica* (Vol. 30364, pp. 1–47).  
[https://www.congreso.gob.pe/Docs/GrupoTrabajo2016/Constitucion\\_ReformaElectoral/files/basel\\_egal/27972-municipalidades.pdf](https://www.congreso.gob.pe/Docs/GrupoTrabajo2016/Constitucion_ReformaElectoral/files/basel_egal/27972-municipalidades.pdf)
- Machín Hernández, M. M., Sánchez Vignau, B. S., López Rodríguez, M. L., & Puentes Álvarez, P. L. (2019). La gestión pública local como garante de la eficacia en la administración pública cubana. *Cooperativismo y Desarrollo*, 7(2). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2310-340X2019000200212](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2310-340X2019000200212)
- Marín Villada, A. L. (2008). *Método de la Investigación. Métodos y estrategias de investigación. Clasificación de la investigación*. <https://metinvestigacion.wordpress.com/>
- Rengifo Pérez, Á. S. (2018). “*Gestión Municipal y su relación con la Promoción Turística en el Gobierno Local de la provincia de Moyobamba, 2017*” [Universidad Cesar Vallejo].  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/30492>
- Rojas Morán, L. M. (2006). *Manual para la Gestión Municipal del Desarrollo Económico Local* (p. 192). OIT/Oficina Sub Regional para los Países Andinos, Proyecto Pres.  
[https://www.del.org.bo/info/archivos/manual\\_para\\_la\\_gestion.pdf](https://www.del.org.bo/info/archivos/manual_para_la_gestion.pdf)
- Romero Vásquez, C. F. (2017). *Gestión Municipal y la Participación Ciudadana en la Municipalidad Distrital de Huanchaco, 2015*. [Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/9087>
- Sotomayor Granda, M. F. (2018). Propuesta de difusión turística mediante herramientas web y estrategias de marketing digital. Caso de estudio: cantón Loja, Ecuador. *SIEMBRA*, 6(1).  
<https://doi.org/10.29166/siembra.v6i1.1717>
- Tobar Salinas, B. A., & Valencia Prado, F. M. (2020). *Plan de Promoción Turística para el Cantón San Miguel de Urcoquí* [Universidad Israel]. <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/2415>
- USAID. (2008). Instrumento para la autoevaluación de la Gestión Municipal. In *Grupo Gestor - GTZ/ISDEM/FUNDE* (pp. 11–17). <http://biblioteca.ribei.org/id/eprint/913/1/LIBROS-70.pdf>
- Valderrama Mendoza, S. (2013). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica: cuantitativa, cualitativa y mixta* (Editorial San Marcos (ed.); 2nd ed.)



# Desempeño docente y rendimiento académico de estudiantes universitarios de contabilidad

## Teaching performance and academic performance of university accounting students

Pérez-Tello, Carmen<sup>1\*</sup>

Riva-Ruiz, Raidith<sup>1</sup>

Tuesta-Pinedo, Jorge<sup>1</sup>

Gonzales-del-Águila, Julio<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú

**Recibido:** 28 Abr. 2022 | **Aceptado:** 25 Jun. 2022 | **Publicado:** 20 Jul. 2022

**Autor de correspondencia\*:** [gsamicoral@gmail.com](mailto:gsamicoral@gmail.com)

**Como citar este artículo:** Pérez-Tello, C., Riva-Ruiz, R., Tuesta-Pinedo, J. & Gonzáles-del-Águila, J. (2022). Desempeño docente y rendimiento académico de estudiantes universitarios de contabilidad. *Revista Amazónica de Ciencias Económicas*, 1(2), e354. <https://doi.org/10.51252/race.v1i2.354>

### RESUMEN

El rendimiento académico es determinante para el éxito en el contexto universitario, pero este depende o se asocia con el desempeño docente en el proceso de enseñanza-aprendizaje. El propósito de la investigación fue determinar la relación entre el desempeño docente y el rendimiento académico de los estudiantes del v ciclo de la escuela profesional de contabilidad de la Universidad Nacional de San Martín, matriculados en el semestre 2020-I. Se optó por un estudio básico no experimental correlacional de corte transversal. La población muestral estuvo conformada por 26 estudiantes, 15 varones y 11 mujeres, a quienes se aplicó un cuestionario de encuesta para identificar la percepción sobre el desempeño docente, además se empleó una guía de análisis documental para medir el rendimiento académico; ambos instrumentos fueron validados y confiables. La prueba de correlación de Pearson arrojó una correlación positiva medio alto de 0,6245 al 95% de confianza entre las variables desempeño docente y rendimiento académico; es decir, el rendimiento académico depende o se asocia en un 62,45% del desempeño de los académicos. Se concluye que, los estudiantes de contabilidad presentan niveles medios de rendimiento académico, la misma que se debe al desempeño regular de los docentes universitarios.

**Palabras clave:** aprendizaje; educación universitaria; enseñanza; gestión articulada

### ABSTRACT

Academic performance is decisive for success in the university context, but it depends on or is associated with teaching performance in the teaching-learning process. The purpose of the research was to determine the relationship between the teaching performance and the academic performance of the students of the fifth cycle of the professional accounting school of the National University of San Martín, enrolled in the 2020-I semester. A basic non-experimental correlational cross-sectional study was chosen. The sample population consisted of 26 students, 15 men and 11 women, to whom a survey questionnaire was applied to identify the perception of teaching performance, in addition, a documentary analysis guide was used to measure academic performance; both instruments were validated and reliable. Pearson's correlation test showed a medium-high positive correlation of 0.6245 at 95% confidence between the variables of teaching performance and academic performance; that is, academic performance depends on or is associated with 62.45% of academic performance. It is concluded that accounting students present average levels of academic performance, the same that is due to the regular performance of university teachers.

**Keywords:** articulated management; learning; teaching; university education



## 1. INTRODUCCIÓN

Guizado Salazar et al. (2020) manifiestan que la educación universitaria es un proceso de formación académica, intelectual y profesional que gira entorno a los alumnos, docentes y a la calidad formativa; no obstante, mantener una relación estable que favorezca el cumplimiento de estándares nacionales e internacionales, involucra que las instituciones fortalezcan el vínculo docente-alumno, con la adopción de metodologías de enseñanza, recursos, técnicas o herramientas que en ocasiones afectan el desempeño docente y paralelamente el rendimiento de los universitarios.

En este sentido, el éxito o fracaso académico, así como el desánimo y la deserción, son temas en particular que se han estudiado a menudo a nivel mundial por ser predictores del rendimiento académico en diferentes contextos educativos (Cortés Pascual et al., 2019). Kim & Seo (2018) señalan a partir de un metaanálisis de 16 estudios en los que participaron 4 310 docentes, que el rendimiento académico está influenciado por la eficacia o el desempeño docente en el proceso de enseñanza-aprendizaje; siendo las experiencias de los docentes el de mayor relación.

El nuevo planteamiento de los estudios universitarios propuesto por el Espacio Europeo de Educación (EEES) plantea un cambio necesario en la didáctica universitaria, donde se fomenta el aprendizaje basado en la adquisición de competencias. Las nuevas titulaciones deberán diseñarse en función de perfiles profesionales y de objetivos que deben hacer mención expresa de las competencias genéricas, transversales y específicas que pretenden alcanzarse (Fraile Aranda, 2006). Por ello, se debe hacer énfasis en la evaluación del desempeño en cada una de las áreas, tanto a nivel básico como universitario, siendo este último el de importancia superior.

Ahora bien, según la oficina de asuntos académicos de la Universidad Nacional de San Martín - Perú, en los dos primeros años de estudio alrededor del 45% de los estudiantes tienen bajo rendimiento académico inferiores de 10 puntos de un total de 20 puntos en algunas asignaturas, lo cual indica que aproximadamente uno de cada dos estudiantes desapueba el semestre académico, de manera que desertan o muestran bajo desempeño académico.

Esta realidad es percibida en diferentes enfoques, por ejemplo, en la facultad de ciencias empresariales de la Universidad de Huánuco, se identificó un nivel insuficiente (40,24%) del rendimiento académico en 497 estudiantes, no obstante, el desempeño docente evaluado en 47 académicos resultó muy buena (54,73%), no presentándose relación (Villena Andrade, 2020). En Guatemala, Castañeda Paz (2018) evidenció un rendimiento académico elevado (93,07%) en 263 estudiantes de una carrera técnica y licenciatura en administración, y respecto al desempeño docente de 30 académicos obtuvo un nivel alto del 92,26%.

Entonces cualquier investigación que arroje luces sobre el problema del rendimiento académico es fundamental, ya que permite una mejor comprensión de la situación educativa. Por consiguiente, se hace necesario e indispensable analizar las dimensiones del desempeño docente y los factores que influyen en el bajo nivel del rendimiento académico en la escuela profesional de contabilidad de la facultad de ciencias económicas de la Universidad Nacional de San Martín.

El presente artículo tiene el propósito de determinar la correlación entre el desempeño docente y el rendimiento académico en estudiantes universitarios de carrera profesional de contabilidad; contribuyendo a brindar información valiosa a la institución, quien a partir de los resultados pueda tomar decisiones que mejoren las capacidades de docentes y estudiantes en la formación académica-profesional.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

Se desarrolló una investigación cuantitativa de nivel correlacional, ya que se efectuó una contrastación estadística para responder a los objetivos planteados y se buscó relacionar las variables de estudio

desempeño docente y rendimiento académico. El estudio fue además de corte transversal, debido a que se recopilaban los datos a través de la aplicación de encuestas en un momento determinado.

La población muestral se conformó por 26 estudiantes del quinto ciclo de la escuela profesional de contabilidad de la Universidad Nacional de San Martín, matriculados durante el semestre 2020-I; quienes respondieron una encuesta sobre la percepción del desempeño docente y rendimiento académico. Los instrumentos diseñados pasaron por una etapa de validación de constructo mediante tres expertos, y resultaron confiables para su utilización con índice de Alpha de Cronbach de 0,89.

En base al estado del arte abordado para la fundamentación teórica de la investigación, se obtuvo tres dimensiones para medir el desempeño docente, las cuales fueron la preparación para el aprendizaje de los estudiantes, la enseñanza para el aprendizaje del estudiante y la participación de la gestión articulada; con un total de 15 ítems. En cuanto al rendimiento académico, se definió una guía de análisis documental dimensionado en cognitiva, afectiva y procedimental. Para ambos casos se empleó la escala de medición bueno, regular y malo.

Para el análisis y procesamiento de los datos se organizaron en hojas de cálculo de Excel y posteriormente fueron importados desde el programa estadístico SPSS versión 26. A partir de ello, se obtuvieron las tablas y figuras correspondientes. Respecto a la técnica aplicada para responder a las hipótesis y objetivos determinados, se empleó la técnica del coeficiente de correlación Pearson, ya que los datos tuvieron una distribución normal.

Cabe señalar que el desarrollo del estudio se fundamentó en los aspectos éticos de veracidad, confiabilidad, neutralidad y discrecionalidad, explicados por Cruz del Castillo et al. (2014). De esta manera se aseguró que la investigación vierta resultados basados en buenas prácticas y conductas responsables.

### 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados son descritos de acuerdo a las correlaciones efectuadas entre las dimensiones de la variable desempeño docente con la variable rendimiento académico.

#### **Correlación entre la preparación para el aprendizaje de los estudiantes y el rendimiento académico**

La Tabla 1 muestra una correlación media de 0,3577 entre la dimensión preparación para el aprendizaje de los estudiantes del desempeño docente y el rendimiento académico. Asimismo, se muestra que el 12 % (0,1279) de la dimensión preparación para el aprendizaje de los estudiantes tuvo relación con el promedio general. Resultados de relación más alta encontraron (Guizado Salazar et al., 2020), quienes, a partir de una muestra de 399 alumnos de la Facultad de Tecnología de la Universidad Nacional de Educación del Perú, con un nivel de confianza del 95%, afirmaron la relación significativa ( $r=0,757$ ) entre el desempeño docente profesional y el rendimiento académico.

**Tabla 1.** Correlación entre la preparación para el aprendizaje de los estudiantes y el rendimiento académico

<b>Estadísticas de la regresión</b>	
Coefficiente de correlación	0,357681553
Coefficiente de determinación R <sup>2</sup>	0,127936093
R <sup>2</sup> ajustado	0,091600097
Error típico	1,141885828
Observaciones	26

#### **Correlación entre la enseñanza para el aprendizaje de los estudiantes y el rendimiento académico**

La Tabla 2 evidencia una correlación media de 0,3954 entre la dimensión enseñanza para el aprendizaje de los estudiantes del desempeño docente y el rendimiento académico. Asimismo, se muestra que el 15 % (0,156) de la dimensión enseñanza para el aprendizaje de los estudiantes tuvo relación con el promedio

general. Estos resultados se acercan a la relación moderada expuesta por Padilla Macedo & Villafuerte De la Cruz (2019), quienes identificaron una relación significativa entre la percepción de estrategias didácticas ( $r=0,404$ ), capacidades pedagógicas ( $r=0,442$ ) y responsabilidad del docente ( $r=0,447$ ), con el rendimiento académico de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión (Perú).

**Tabla 2.** Correlación entre la enseñanza para el aprendizaje de los estudiantes y el rendimiento académico

<b>Estadísticas de la regresión</b>	
Coefficiente de correlación	0,395492095
Coefficiente de determinación $R^2$	0,156413997
$R^2$ ajustado	0,12126458
Error típico	1,123086507
Observaciones	26

### Correlación entre la participación de la gestión articulada y el rendimiento académico

La Tabla 3 demuestra una correlación baja de 0,2643 entre la dimensión participación de la gestión articulada del desempeño docente y el rendimiento académico. Asimismo, se muestra que el 6 % (0,06) de la dimensión participación de la gestión articulada del desempeño se relaciona con el promedio general de los estudiantes. El estudio de (Gómez Chipana, 2020), coincide con el presente hallazgo, pues determinó una correlación positiva baja ( $r=0,282$ ) entre el desempeño docente y el rendimiento académico de estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Empresa de la Universidad Nacional José María Arguedas.

**Tabla 3.** Correlación entre la participación de la gestión articulada y el rendimiento académico

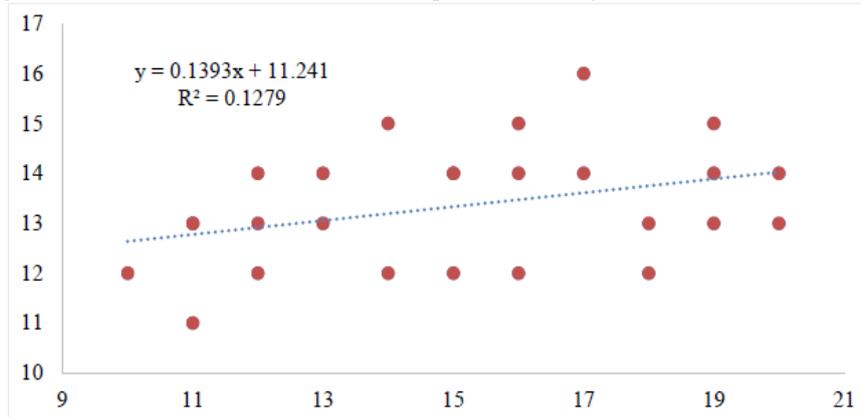
<b>Estadísticas de la regresión</b>	
Coefficiente de correlación	0,264349198
Coefficiente de determinación $R^2$	0,069880499
$R^2$ ajustado	0,031125519
Error típico	1,179282631
Observaciones	26

### Correlación entre el desempeño docente y el rendimiento académico

La Tabla 4 evidencia una correlación medio alto de 0,6245 entre la variable desempeño laboral y la variable rendimiento académico de los estudiantes de los estudiantes universitarios de contabilidad. Además, se reconoce en un 40 % (0,39) que el desempeño docente se relaciona con el promedio general. La figura 4 corrobora que la relación lineal entre las variables es alta y que existe relación entre ellas, la nube de puntos indica que las variables son casi dependientes.  $R^2 = 0.39$ , recta de regresión:  $y = 0,1718x + 5,5092$ ; donde se acepta la alta influencia de la variable regresora en Y.

**Tabla 4.** Correlación entre el desempeño docente y el rendimiento académico

<b>Estadísticas de la regresión</b>	
Coefficiente de correlación	0,624509172
Coefficiente de determinación $R^2$	0,390011706
$R^2$ ajustado	0,364595527
Error típico	0,955012987
Observaciones	26

**Figura 1.** Relación lineal entre el desempeño docente y el rendimiento académico

Estudios en carreras profesionales del área de ciencia económica en el que se determinaron la relación entre el desempeño docente y el rendimiento académico de estudiantes, como el de Castañeda Paz (2018) en Guatemala, señaló la existencia de relación entre dichas variables en la carrera de administración de empresas con el 93,07 % de dependencia o asociación, enfoque que difiere de la investigación de Villena Andrade (2020), quién identificó la baja e inversa relación mediante el coeficiente de correlación tau-b de Kendall (-0,038) a partir de 497 estudiantes de la facultad de ciencias empresariales de la Universidad de Huánuco (Perú). Hallazgos en México evidenciaron la inexistencia de relación entre el desempeño académico y la influencia de los docentes ( $r=0,022$ ), reportando que el 22 % de 190 estudiantes de administración de la Universidad Pública de la ciudad de Nuevo Laredo, reportaron que los docentes influyen en la motivación para cambiar de carrera o desertar (Ramos Monsivais & Roque Hernández, 2021).

Aunque la literatura muestra diferentes perspectivas o enfoques para medir la relación entre el desempeño docente y el rendimiento académico, y aclarando que la mayoría de ellos reportan una correlación positiva, el presente estudio es importante para contribuir al estado del arte y validar afirmaciones existentes en la carrera profesional de contabilidad; asimismo, la información vertida es útil para que las universidades públicas o privadas peruanas, en especial la facultad de ciencias económicas de la Universidad Nacional de San Martín, gestionen estrategias para mejorar el desempeño de los académicos, así asegurar los estándar de calidad educativa y formación profesional de los universitarios.

#### 4. CONCLUSIONES

Esta investigación demuestra que existe relación positiva medio alta entre el desempeño docente y el rendimiento académico de estudiantes de contabilidad en una universidad pública peruana al 95 % de confianza, lo cual da a entender que a mayor nivel de desempeño docente mejor será el rendimiento académico de los universitarios. No obstante, las dimensiones de preparación para el aprendizaje, enseñanza para el aprendizaje y participación de la gestión articulada de la variable desempeño docentes tuvieron relaciones media y baja respecto a la variable rendimiento académico, hecho que demuestran la necesidad de fortalecer las capacidades de los docentes para el proceso de enseñanza-aprendizaje, sobre todo en tiempo de virtualidad donde las habilidades en el uso de herramientas tecnológicas son factores que limitan el desempeño docente.

#### FINANCIAMIENTO

Ninguno.

#### CONFLICTO DE INTERESES

No existe ningún tipo de conflicto de interés relacionado con la materia del trabajo.

## CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES

Conceptualización: Pérez-Tello, C.; Riva-Ruiz, R.

Curación de datos: Tuesta-Pinedo, J.; Gonzáles-del-Águila, J.

Análisis formal: Pérez-Tello, C.; Riva-Ruiz, R.

Investigación: Pérez-Tello, C.; Riva-Ruiz, R.; Tuesta-Pinedo, J.; Gonzáles-del-Águila, J.

Metodología: Pérez-Tello, C.; Tuesta-Pinedo, J.

Supervisión: Tuesta-Pinedo, J.; Gonzáles-del-Águila, J.

Validación: Tuesta-Pinedo, J.; Gonzáles-del-Águila, J.

Redacción - borrador original: Pérez-Tello, C.; Riva-Ruiz, R.

Redacción - revisión y edición: Pérez-Tello, C.; Riva-Ruiz, R.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Castañeda Paz, M. I. (2018). Relación del desempeño docente y el rendimiento académico de los estudiantes. *Revista Ciencia Multidisciplinaria CUNORI*, 2(1), 41–46.  
<https://doi.org/10.36314/cunori.v2i1.51>
- Cortés Pascual, A., Moyano Muñoz, N., & Quílez Robres, A. (2019). The Relationship Between Executive Functions and Academic Performance in Primary Education: Review and Meta-Analysis. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01582>
- Cruz del Castillo, C., Olivares Orozco, S., & González García, M. (2014). *Metodología de la investigación (1ra ed.)*. Grupo Editorial Patria.
- Frailé Aranda, A. (2006). El sistema universitario europeo como modelo posible para la educación superior latinoamericana. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 8(1).  
<https://redie.uabc.mx/redie/article/view/119>
- Gómez Chipana, E. (2020). Educación virtual: incidencia del desempeño docente en el rendimiento académico de los estudiantes universitarios. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 1302–1317. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v4i2.157](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v4i2.157)
- Guizado Salazar, G. G., Valenzuela Rodríguez, M. A., & Vallejo Quispe, P. A. (2020). Desempeño docente y el rendimiento académico de los estudiantes de la Facultad de Tecnología en la Universidad Nacional de Educación de Perú. *Revista Conrado*, 16(72), 200–203.  
<https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/1231>
- Kim, K. R., & Seo, E. H. (2018). The relationship between teacher efficacy and students' academic achievement: A meta-analysis. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 46(4), 529–540. <https://doi.org/10.2224/sbp.6554>
- Padilla Macedo, B. T., & Villafuerte De la Cruz, A. S. (2019). Desempeño docente y rendimiento académico de los estudiantes del curso de técnicas de estudio de una universidad privada confesional. *Revista Muro de La Investigación*, 3(1), 13–29. <https://doi.org/10.17162/rmi.v3i1.1111>
- Ramos Monsivais, C. L., & Roque Hernández, R. V. (2021). La influencia docente y el rendimiento académico en estudiantes de una Universidad Pública Mexicana. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores, Esp.* <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2755>
- Villena Andrade, T. D. (2020). Desempeño docente y rendimiento académico en la Escuela Académica Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad de Huánuco, período lectivo 2014 – I. *Social Innova Sciences*, 1(3), 27–36.  
<https://socialinnovasciences.org/ojs/index.php/sis/article/view/27>



# Eficacia publicitaria y lealtad en clientes de una institución educativa inicial peruana

## Advertising effectiveness and loyalty in clients of a Peruvian initial educational institution

**García-Villacorta, Carlos**<sup>1</sup>

**Reátegui-Reátegui, Martha**<sup>2\*</sup>

**Vela-Reátegui, Seidy**<sup>2</sup>

**Vidaurre-Rojas, Pierre**<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidad César Vallejo, Tarapoto, Perú

<sup>2</sup>Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú

**Recibido:** 01 May. 2022 | **Aceptado:** 28 Jun. 2022 | **Publicado:** 20 Jul. 2022

**Autor de correspondencia\*:** mlreategui@unsm.edu.pe

**Cómo citar este artículo:** García-Villacorta, C., Reátegui-Reátegui, M., Vela-Reátegui, S. & Vidaurre-Rojas, P. (2022). Eficacia publicitaria y lealtad en clientes de una institución educativa inicial peruana. *Revista Amazónica de Ciencias Económicas*, 1(2), e367. <https://doi.org/10.51252/race.v1i2.367>

### RESUMEN

Fidelizar a los clientes es un factor crítico para la sostenibilidad de las instituciones que prestan servicios educativos. Está influenciada por la calidad del servicio, atención, confianza, y últimamente, por la publicidad y marketing. Esta investigación propone determinar la relación entre la eficacia publicitaria de una institución educativa inicial con la lealtad en los clientes. Se fundamentó en un estudio básico de tipo correlacional y corte transversal. Se encuestaron 50 padres de familia durante el 2018. Los cuestionarios fueron validados por expertos y confiabilizados; tuvieron una escala de respuesta tipo Likert. Para encontrar la relación entre las variables se aplicó el coeficiente de Chi-cuadrado de Pearson. Los resultados evidencian un nivel regular de la eficacia publicitaria (40%), al igual que la lealtad en clientes (48%); asimismo revelan la existencia de relación significativa ( $p < 0,05$ ) entre la eficacia publicitaria y lealtad en clientes ( $X2C > X2T$ ) al 95% de confianza. Se concluye que la inadecuada gestión de estrategias publicitarias afecta la lealtad de los clientes, y paralelamente, en el posicionamiento de los servicios educativos.

**Palabras clave:** publicidad tradicional; publicidad virtual; retención de clientes; satisfacción

### ABSTRACT

Customer loyalty is a critical factor for the sustainability of institutions that provide educational services. It is influenced by the quality of service, care, trust, and lately, by advertising and marketing. This research proposes to determine the relationship between the advertising effectiveness of an initial educational institution with customer loyalty. It was based on a basic correlational and cross-sectional study. 50 parents were surveyed during 2018. The questionnaires were validated by experts and made reliable; They had a Likert-type response scale. To find the relationship between the variables, Pearson's Chisquare coefficient was applied. The results show a regular level of advertising effectiveness (40%), as well as customer loyalty (48%); They also reveal the existence of a significant relationship ( $p < 0.05$ ) between advertising effectiveness and customer loyalty ( $X2C > X2T$ ) at 95% confidence. It is concluded that the inadequate management of advertising strategies affects customer loyalty, and in parallel, in the positioning of educational services.

**Keywords:** traditional advertising; virtual advertising; customer retention; satisfaction



## 1. INTRODUCCIÓN

La educación es el eje transversal para el desarrollo de la sociedad del conocimiento, que busca fomentar las capacidades, habilidades o competencias centralizadas en el proceso de enseñanza-aprendizaje (Dixson & Rousseau Anderson, 2018). En este marco, los servicios educativos en todos sus niveles o ámbitos, dependen de la calidad que brindan para posicionarse en la sociedad, pues el público se enfrenta a variedad de opciones para iniciar o completar su educación (Chairunnisa, 2018).

Binnawas et al. (2020) sostienen que la diversidad del enfoque holístico de los servicios académicos, visto desde la gestión educativa eficiente, agregan valor y nivel de satisfacción a los estudiantes, moldeando las intenciones de comportamiento y actitudes hacia la adquisición del servicio y la fidelización. Por otra parte, la publicidad, al igual que en otros rubros comerciales, desempeña un rol sustancial en la mejora de la competitividad y posicionamiento, convirtiéndose en un factor crítico a la hora de tomar decisiones.

El núcleo de las organizaciones radica en dirigirse, adquirir y retener a los clientes, para ello, es pertinente segmentar a los usuarios leales y deseables, y construir y mantener su lealtad a través de estrategias de publicidad y marketing racional o experiencial (Abadi et al., 2018). Para lograrlo, se requiere que las instituciones brinden mayor confianza, beneficios y buena atención, al punto que satisfaga las necesidades y expectativas. Es así que la promoción de los servicios educativos debe adoptar herramientas de publicidad tradicionales o virtuales eficaces para garantizar la lealtad en sus clientes, como conferencias, mesa redonda, redes sociales, etc. (Vetrova et al., 2019).

Ahora, la investigación identificó en la institución educativa inicial privada San Ignacio de Loyola, ubicada en la ciudad de Tarapoto, región San Martín-Perú, baja gestión publicitaria por medios tradicionales o virtuales que reducen la demanda de adquisición del servicio educativo, asimismo se desconoce el uso de mecanismos que se concentren en la atención personalizada. En conjunto, estas deficiencias reducen la lealtad de los usuarios por la insatisfacción de los servicios, hecho que trasciende hacia el bajo posicionamiento institucional y efectos negativos en la reputación.

Investigaciones como el de Gholizadeh et al. (2018) reportan que la publicidad, las elecciones alternativas y la compra comercial se relacionan significativamente con la lealtad de los clientes con valores  $\beta$  de 0,48; 0,14 y 0,13; menores a 0,05, respectivamente. En otro contexto, Hwang & Choi (2019) manifiestan que los aspectos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad satisfacen la calidad de servicios educativos; además la percepción de la imagen institucional y la satisfacción de los estudiantes influyen directamente en la intención de comportamiento. Estos estudios demuestran la necesidad de plantear estrategias publicitarias en el entorno educacional para atraer y asegurar la lealtad de los clientes.

La literatura evidencia escasos estudios enfocados en evaluar la relación entre la publicidad y la lealtad en el nivel educativo básico-regular. Aunque la realidad en el nivel superior demuestra el uso de publicidades y marketing en las políticas administrativas, no obstante, persiste la insolvencia de personal preparado y financiamiento insuficiente de los servicios de marketing, debido a la poca valoración de las actividades publicitarias (Beltyukova et al., 2020).

Bajo este panorama, se propone establecer la relación entre la eficacia publicitaria y la lealtad en clientes de una institución educativa inicial peruana, con ello formar una línea base que establezcan las condiciones de la gestión empresarial en instituciones académicas, que fundamenten el desarrollo de estrategias para mejorar la publicidad y acreditar la lealtad de los clientes.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

Se realizó una investigación básica de tipo correlacional y corte transversal, fundamentado en Hernández Sampieri et al. (2014). Las variables relacionadas fueron la eficacia publicitaria y la lealtad en clientes. Para ello, el estudio se apoyó de las investigaciones de Orozco-Gonzales et al. (2015) y Muñoz & Navarro (2015).

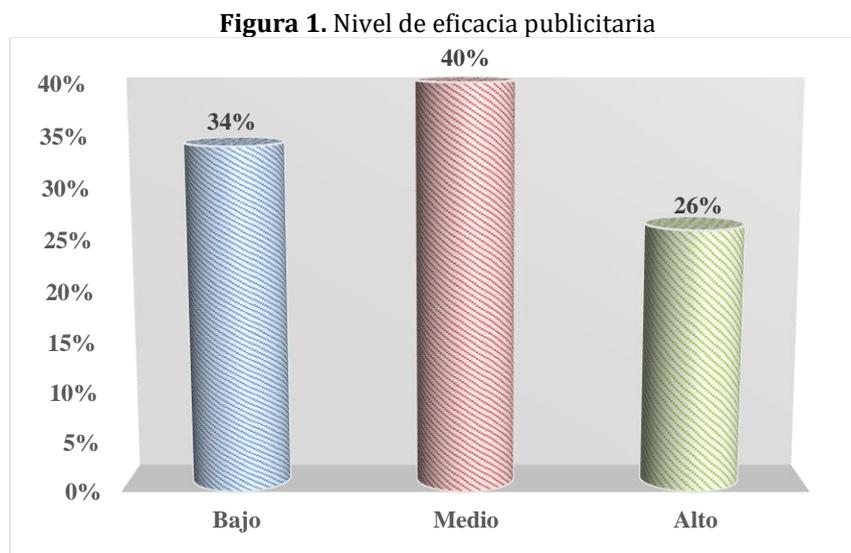
La unidad de análisis fue el conjunto de padres de familia de la institución educativa San Ignacio de Loyola durante el 2018, que en total fueron 50; a quienes se aplicaron dos cuestionarios de encuestas validados por el juicio de tres expertos, las mismas que tuvieron un nivel de confiabilidad de 0,87 y 0,98 según Alpha de Cronbach para las variables eficacia publicitaria y lealtad de clientes, respectivamente.

La eficacia publicitaria se determinó a través de los medios tradicionales (offline) y medios virtuales (offline). Presentó 10 ítems que tuvieron una escala de respuesta ordinal de 1) nunca, 2) casi nunca, 3) a veces, 4) casi siempre y 5) siempre. La lealtad de clientes se evaluó mediante 10 ítems con escala de respuesta ordinal de 1) totalmente en desacuerdo, 2) en desacuerdo, 3) indiferente, 4) de acuerdo, 5) totalmente de acuerdo. Para ambos casos, se construyeron baremos que ubicase a la variable en un nivel bajo, medio o alto.

Los datos recopilados fueron tabulados en Excel y procesados en el programa SPSS versión 22. El análisis de la información se realizó mediante tablas y figuras. Se empleó asimismo el coeficiente de Chi-cuadrado de Pearson ( $X^2$ ) para determinar la relación entre las variables categóricas. La aplicación de las encuestas fue de carácter voluntario y anónima.

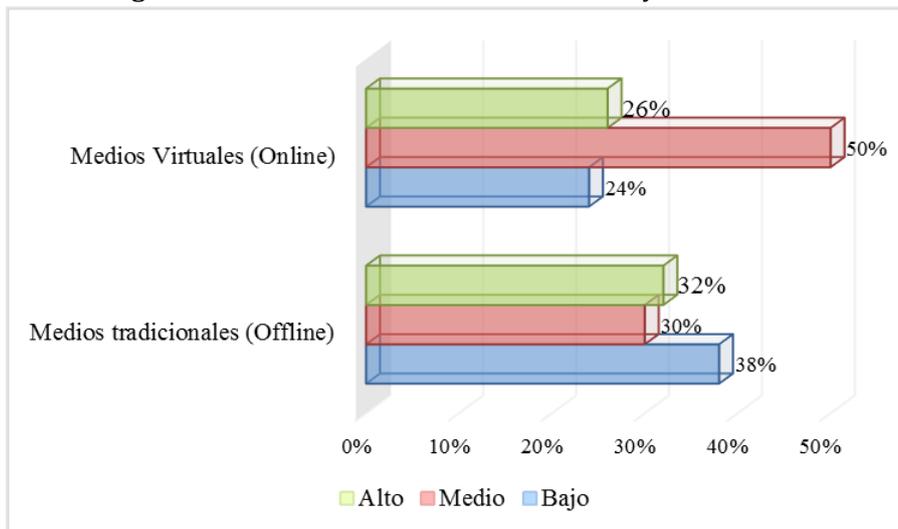
### 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La Figura 1 evidencia que el 40% de encuestados indicaron que el nivel de eficacia publicitaria de la institución educativa es medio, el 34% bajo y el 26% alto; ya que se señala que dentro de los medios tradicionales se encuentran la radio, televisión y cine, la prensa y las revistas. Sebastián-Morillas et al. (2020) afirman que lograr eficacia publicitaria depende de cuánto se ha conseguido los objetivos de comunicación y marketing propuesto por el anunciante, siendo pertinente plantear estrategias publicitarias que conecten la marca o servicio con el consumidor.



Respecto a las dimensiones de eficacia publicitaria, los medios virtuales tuvieron una valoración media según el 50% de encuestados, 26% señalaron un nivel alto y 24% bajo. Por otra parte, los medios tradicionales resultaron con nivel medio del 30%, 32% alto y 38% bajo (Figura 2). En ambos casos se observan deficiencias publicitarias que, según Aksu et al. (2018), estaría influenciado por el desconocimiento empresarial en la implementación de publicidad tradicional o en internet, enfocando como insuficientes la arquitectura, el contenido publicitario, la seguridad y la privacidad de los usuarios.

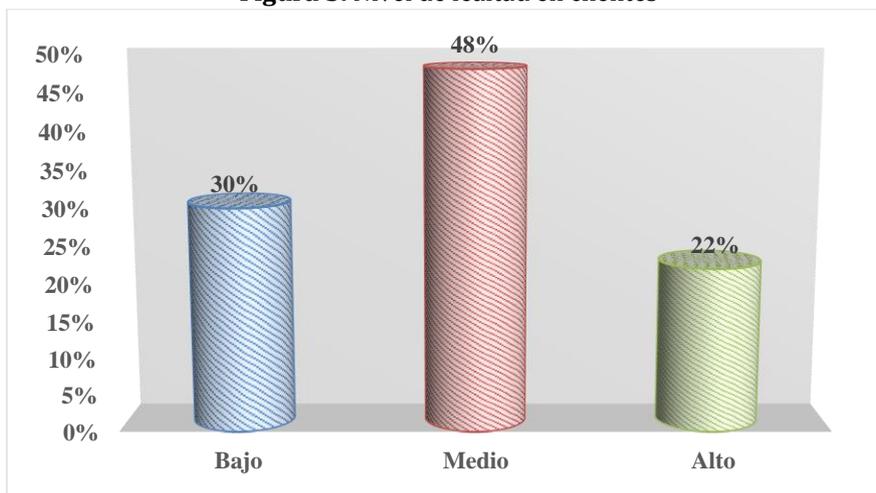
**Figura 2.** Nivel de eficacia de medios virtuales y tradicionales



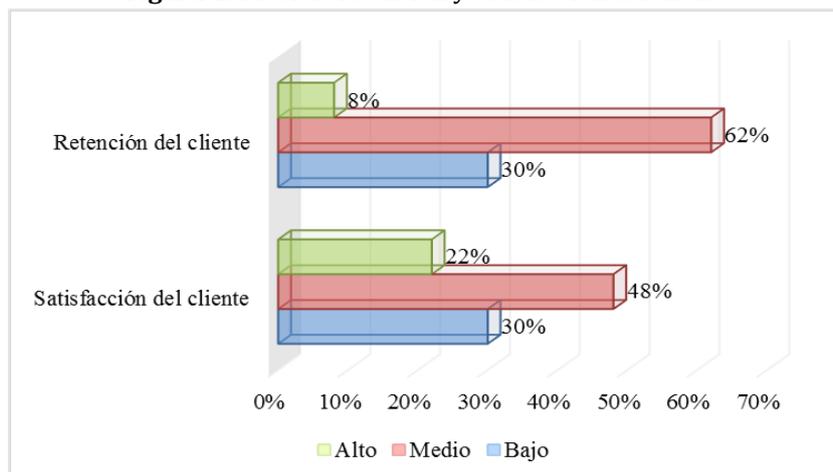
Ahora, la Figura 3 muestra que el nivel de lealtad en clientes de la institución educativa, de acuerdo al 48% de encuestados, fue medio, el 30% indicaron un nivel bajo y el 22% alto, debido a que integrar nuevas posibilidades de marketing digital con los formatos y medios que demuestran su eficacia es importante, de hecho, el uso combinado de herramientas On line y Off line en una misma campaña de marketing potencia el recuerdo de los valores de marca hasta en un 18%, lo que refrenda a Internet como un medio muy rentable (Sauza & Pérez, 2014).

No obstante, Haji & Stock (2021) sostienen que solo el 40% de usuarios online conocen la personalización de la configuración de sus preferencias publicitarias, influyendo negativamente en la satisfacción y lealtad por la baja calidad publicitaria y anuncios molestos. Realidad que ubica, según los resultados expuestos, un nivel bajo y medio de lealtad en clientes.

**Figura 3.** Nivel de lealtad en clientes



Según la Figura 4, el nivel de lealtad en clientes en cada una de sus dimensiones, como es la retención al cliente, el 62% indicaron un nivel medio, el 8% alto y el 30% bajo; y para la dimensión satisfacción del cliente, 48% de los encuestados manifestaron un nivel medio, el 22% alto y el 30% bajo. Resultados que corroboran con Manggarani (2018), quien manifiesta que la baja satisfacción de los usuarios se origina por las deficientes estrategias publicitarias gestadas por las instituciones académicas. Este paradigma revela que los consumidores son el potencial agente del marketing y adecuarse a sus necesidades es un reto para garantizar la lealtad.

**Figura 4.** Nivel de retención y satisfacción del cliente

### 3.1. Relación entre la eficacia publicitaria y la lealtad en clientes

La Tabla 1 muestra que  $X^2$  calculado (26,43) fue mayor a  $X^2$  tabulado (9,49); por tanto, existe relación significativa ( $p < 0,05$ ) entre la eficacia publicitaria y la lealtad en clientes de la institución educativa inicial San Ignacio de Loyola. Se infiere que a mayor sea la eficacia publicitaria mayor será la lealtad en clientes; afirmación que también es expuesta por Lu et al. (2019), al referir que las perspectiva afectivas o cognitivas de los clientes hacia la publicidad impulsan la motivación de lealtad al producto o servicio.

**Tabla 1.** Relación entre variables

Relación	$X^2_c$	g.l.	$X^2_T$	Significancia ( $p < 0.05$ )
Eficacia publicitaria y lealtad en clientes	26,43	4	9,49	Si

Budianto et al. (2019) encontraron relación significativa ( $r = 0,524$ ) entre la publicidad y la fidelización de los clientes, sosteniendo que, si las estrategias de promoción publicitaria se realizan con éxito en el mercado moderno, crearán clientes leales; asimismo, manifiestan que la publicidad tiene efecto del 27,5% sobre la fidelización, resultados que coinciden con lo reportado en el presente estudio. Por tanto, es prioridad que las instituciones que brindan servicios educativos atiendan los requerimientos de publicidad y marketing tradicional o virtual para resguardar la lealtad de los clientes.

## 4. CONCLUSIONES

El estudio demuestra que existe relación significativa entre la eficacia publicitaria y la lealtad en clientes al 95% de confianza en una institución educativa inicial peruana. Se refleja además la prevalencia regular de la publicidad online y offline, así como la retención y satisfacción de los clientes, que estaría afectando la lealtad al servicio educativo, y paralelamente, el bajo posicionamiento de la marca.

## FINANCIAMIENTO

Ninguno

## CONFLICTO DE INTERESES

No existe ningún tipo de conflicto de interés relacionado con la materia del trabajo.

## CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES

Conceptualización: García-Villacorta, C.

Curación de datos: Reátegui-Reátegui, M., Vela-Reátegui, S.; Vidaurre-Rojas, P.

Análisis formal: García-Villacorta, C.; Reátegui-Reátegui, M.

Metodología: García-Villacorta, C., Reátegui-Reátegui, M., Vela-Reátegui, S.; Vidaurre-Rojas, P.

Supervisión: Vela-Reátegui, S.

Validación: García-Villacorta, C. y Vidaurre-Rojas, P.

Redacción - borrador original: García-Villacorta, C., Reátegui-Reátegui, M., Vela-Reátegui, S.

Redacción - revisión y edición: García-Villacorta, C.; Vidaurre-Rojas, P.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abadi, R., Nursyamsi, I., & Munizu, M. (2018). Effect of Customer Value and Experiential Marketing to Customer Loyalty with Customer Satisfaction as Intervening Variable: Case Study on Go-Jek Makassar Consumers. *Proceedings of the 1st Unimed International Conference on Economics Education and Social Science*, 767-774. <https://doi.org/10.5220/0009505107670774>
- Aksu, H., Babun, L., Conti, M., Tolomei, G., & Uluagac, A. S. (2018). Advertising in the IoT Era: Vision and Challenges. *IEEE Communications Magazine*, 56(11), 138-144. <https://doi.org/10.1109/MCOM.2017.1700871>
- Belyukova, O. V., Erkibaeva, G. G., Zharkova, A. A., Pikalov, Y. V., Klyuchnikova, A. N., Mosienko, L. V., & Vershinin, V. P. (2020). Modern higher education competitiveness: commercial strategies and administrative policy. *EurAsian Journal of BioSciences*, 14(2), 3485-3490.
- Binnawas, M. S. H., Khalifa, G. S. A., & Bhaumick, A. (2020). Antecedents of Student's Behavioral Intentions in Higher Education Institutions. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(03), 1949-1962. <https://doi.org/10.37200/IJPR/V24I3/PR200942>
- Budianto, A., Bastaman, I. D., & Fauziyah, A. (2019). Modern Market Customer Loyalty: Advertising Promotion Strategies. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 111. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v10i2.2416>
- Chairunnisa, C. (2018). The Effect of Brand Image And Quality Of Educational Services On Customer Satisfaction. *Jurnal Manajemen*, 22(3), 325. <https://doi.org/10.24912/jm.v22i3.425>
- Dixon, A. D., & Rousseau Anderson, C. (2018). Where are We? Critical Race Theory in Education 20 Years Later. *Peabody Journal of Education*, 93(1), 121-131. <https://doi.org/10.1080/0161956X.2017.1403194>
- Gholizadeh, B., Talebpour, M., Kashtidar, M., & Abdolmaleki, H. (2018). Mouth advertising, an effective tool for loyalty of sport customers, case study: women's health clubs in Mashhad. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*, 6(1), 51-64. <https://doi.org/10.1504/IJLTM.2018.089224>
- Haji, R., & Stock, W. G. (2021). User settings for advertising optimization on Facebook: Active customer participation or settings blindness? *Telematics and Informatics*, 59, 101548. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101548>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación (6ta ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Hwang, Y.-S., & Choi, Y. K. (2019). Higher education service quality and student satisfaction, institutional image, and behavioral intention. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 47(2), 1-12. <https://doi.org/10.2224/sbp.7622>

- Lu, C.-C., Wu, I.-L., & Hsiao, W.-H. (2019). Developing customer product loyalty through mobile advertising: Affective and cognitive perspectives. *International Journal of Information Management*, 47, 101-111. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.12.020>
- Manggarani, C. A. (2018). El papel del compromiso con el cliente en la lealtad del cliente: un estudio en una institución privada de educación superior. *Hasanuddin Economics and Business Review*, 2(1), 71. <https://doi.org/10.26487/hebr.v2i1.1483>
- Muñoz, R., & Navarro, E. (2015). *Gestión comercial de productos y servicios financieros y los canales complementarios (1ra ed.)*. Parainfo, S.A.
- Orozco-Gonzales, I., Villa, L., Rodriguez-Miranda, G., & Sanchez-Serafin, J. (2015). Estrategias de promoción “on line”, “ off line” para pequeñas empresas editoriales. *Revista de Aplicación Científica y Técnica*, 1(2), 102-112.
- Sauza, B., & Pérez, S. (2014). *Rumbo a la conformación de redes de colaboración en estudios empresarial*. TESCo, ITESA, UAEH, UATx, UTSH: México.
- Sebastián-Morillas, A., Muñoz-Sastre, D., & Núñez-Cansado, M. (2020). Importancia de la estrategia de comunicación y su relación con el insight para conseguir la eficacia publicitaria: el caso de España. *Cuadernos.info*, 46, 249-280. <https://doi.org/10.7764/cdi.46.1786>
- Vetrova, E. A., Kabanova, E. E., Medvedeva, N. V., & Jukova, E. E. (2019). Management of Educational Services Promotion in the Field of Higher Education (the Example of «Russian State Social University»). *European Journal of Contemporary Education*, 8(2), 370-377. <https://doi.org/10.13187/ejced.2019.2.370>



# Asignación presupuestaria y crecimiento de las Mypes en Latinoamérica durante la covid-19

## Budget allocation and growth of Mypes in Latin America during covid-19

Arévalo-Alva, Lady Diana<sup>1\*</sup>

Martell-Alfaro, Karla Patricia<sup>1</sup>

Ríos-López, Luis Alberto<sup>1</sup>

Saldaña-Pinto, Carlos Alberto<sup>1</sup>

Alejandría-Castro, César Augusto<sup>1</sup>

Fasanando-Puyo, Tercero<sup>1</sup>

Rojas-Vela, Jerris<sup>2</sup>

Fasanando-García, Wilfredo<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú

<sup>2</sup>Universidad César Vallejo, Tarapoto, Perú

**Recibido:** 06 May. 2022 | **Aceptado:** 30 Jun. 2022 | **Publicado:** 20 Jul. 2022

**Autor de correspondencia\*:** [larevaloa@unsm.edu.pe](mailto:larevaloa@unsm.edu.pe)

**Cómo citar este artículo:** Arévalo-Alva, L. D., Martell-Alfaro, K. P., Ríos-López, L. A., Saldaña-Pinto, C. A., Alejandría-Castro, C. A., Fasanando-Puyo, T., Rojas-Vela, J. & Fasanando-García, S. W. (2022). Asignación presupuestaria y crecimiento de las Mypes en Latinoamérica durante la covid-19. *Revista Amazónica de Ciencias Económicas*, 1(2), e374. <https://doi.org/10.51252/race.v1i2.374>

### RESUMEN

La asignación presupuestaria está representada por los fondos que se asignan para cubrir los gastos públicos incurridos con la finalidad de financiar la ejecución de una determinada obra, programa o proyecto encaminado a cubrir una necesidad colectiva. Por otra parte, el crecimiento de las Mypes hace referencia a la facilidad con la cual una micro y pequeña empresa genera utilidades continuamente con el propósito de mantener su capital o utilizarlo para obtener una mayor cantidad de beneficios económicos. El objetivo fue identificar los principales hallazgos sobre la asignación presupuestaria y crecimiento de las Mypes en Latinoamérica durante la covid-19. La investigación estuvo enmarcada bajo un enfoque cualitativo, tipo básico y diseño teórico de revisión sistemática, los participantes estuvieron representados por 25 artículos científicos extraídos de diferentes bases de datos. Después de la revisión sistemática de los artículos se concluye que, a pesar de la buena intención de los gobiernos en designar un importe de sus presupuestos para adoptar medidas que favorezcan a la subsistencia de las Mypes frente a la coyuntura presentada por la Covid-19, estas no fueron suficientes para solventar la ejecución de sus operaciones económicas y asegurar su crecimiento continuo.

**Palabras clave:** política de Estado; presupuesto público; reactivación económica; transferencia monetaria

### ABSTRACT

The budget allocation is represented by the funds that are allocated to cover public expenses incurred to finance the execution of a certain work, program or project aimed at covering a collective need. On the other hand, the growth of Mypes refers to the ease with which a micro and small business continuously generates profits to maintain its capital or use it to obtain a greater number of economic benefits. The objective was to identify the main findings on the budget allocation and growth of Mypes in Latin America during covid-19. The research was framed under a qualitative approach, basic type and theoretical design of systematic review, the participants were represented by 25 scientific articles extracted from different databases. After the systematic review of the articles, it is concluded that, despite the good intention of the governments in designating an amount from their budgets to adopt measures that favor the subsistence of Mypes in the face of the situation presented by Covid-19, These were not enough to finance the execution of its economic operations and ensure its continuous growth.

**Keywords:** state policy; public budget; economic reactivation; monetary transfer



## 1. INTRODUCCIÓN

América Latina es una de las regiones más afectadas por la pandemia ocasionada por la aparición de la Covid-19, por cuanto ello ha puesto en manifiesto las deficiencias del ámbito político, social, económico, etc., por lo cual acrecentó la brecha social que existe en esta región desigual (Vásquez y Hernández, 2022). Bajo esa misma línea, Hernández (2020) refieren que, frente a esta coyuntura, los gobiernos adoptaron medidas sanitarias, de contención y compensatorias con distintos niveles de severidad, con el propósito de compensar los efectos de la ineludible recesión económica producida.

En efecto, resultó totalmente complicado que las autoridades definieran respuestas a través de las políticas públicas, especialmente en esta situación que presenta un alto nivel de incertidumbre. Sin embargo, un aspecto determinante para asegurar la recuperación económica es adoptar medidas sanitarias que reduzcan segura y confiablemente la presencia de riesgos que limiten el desarrollo efectivo de las actividades económicas.

De igual forma, un informe presentado por Naciones Unidas (2020) pone en manifiesto que la crisis económica presentada ha golpeado la estructura empresarial y productiva con falencias originadas durante los últimos años por cuanto casi 2,7 millones de empresas registraron amplias reducciones de sus ingresos económicos y presentaron limitaciones para seguir desarrollando sus operaciones debido a que presentaron varios problemas para hacer frente a sus obligaciones con tercero y tener acceso a financiamiento para contar con los fondos necesarios para operar apropiadamente.

En tanto, entre los hechos empresariales más representativos destacan los siguientes: En Colombia, el 96% de las organizaciones registraron una reducción de sus ventas; por otro lado, en Brasil, el 76% de las empresa del sector industrial tuvieron que paralizar sus actividades por la falta de financiamiento; en cambio, en Argentina, el 44% de las empresas del sector industrial no tuvieron la liquidez necesaria para cancelar sus obligaciones; igualmente, en Panamá, el sector que ha registrado una menor cantidad de ingresos fue el hotelero con un -99,4%, seguido por el sector de construcción con un -86,4% y restaurant con un -85,0%. Se enfatiza además que, pese a que la crisis sanitaria afecta a todas las organizaciones, el efecto es superior para las micro, pequeñas y medianas empresas debido a su peso en la estructura empresarial, y esto fue representado a través del cierre de tales empresas.

En ese sentido, enfatizando en el ámbito económico, el rol de los gobiernos es determinante para dar solución a los problemas que se presentaron en el transcurso del año, lo cual conlleva a que los empresarios de las Mypes experimenten un sentimiento de inseguridad sobre el futuro (Iglesias, 2020). Por tal motivo, las autoridades implementaron políticas de apoyo a las mipymes en el contexto de la pandemia de la Covid-19 donde predominaron las condiciones presupuestarias restrictivas, incrementaron la flexibilidad y gradualidad el sistema de apoyo, fortalecieron la capacidad para diagnosticar la capacidad de respuesta por parte de las empresas y flexibilizaron el desarrollo de los trámites correspondientes.

No obstante, la mayoría de estos gobiernos afrontaron una serie de desafíos y perspectivas para la recuperación económica que les permita seguir operando dentro del mercado, esto principalmente por la falta de experiencia en la implementación de las medidas y la poca idoneidad para ser aplicados en la realidad que presenta cada nación (Heredia y Dini, 2021). En función a ello, se observa que, en Panamá, el gobierno estableció lineamientos para diseñar políticas de inclusión financiera que favorezcan a las MYPES de tal manera que las instituciones financieras eliminen las barreras y proporcionen facilidades para que estas entidades puedan gozar de los servicios financieros a fin de contribuir con el desarrollo efectivo de sus operaciones y asegurar su crecimiento continuo dentro del mercado al que pertenece (Centro Nacional de Competitividad, 2021).

Por tanto, para reconstruir la economía y asegurar el funcionamiento continuo y apropiado de las micro, pequeñas y medianas empresas después de la pandemia es indispensable que cada gobierno evalúe y

determine estime en sus presupuestos importes justos orientados a la adopción de estrategias y diseño de políticas acordes con su realidad nacional de tal forma que subsane las carencias y deficiencias evidenciadas, asegurando así el crecimiento continuo de las Mypes dentro del mercado (Salazar-Xininachs, 2022).

En concordancia con la problemática analizada, se observa la importancia de efectuar una revisión sistemática sobre la asignación presupuestaria y el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en los países de América Latina durante una coyuntura producida por la pandemia. En efecto, se formula como interrogante ¿Cuáles son los principales hallazgos sobre la asignación presupuestaria y crecimiento de las Mypes en Latinoamérica durante la covid-19?, esto con la finalidad de analizar detalladamente sobre los aspectos relevantes que giran en torno a la problemática descrita.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

El presente artículo estuvo enmarcado en el enfoque cualitativo dado que se indagó sobre la problemática que se ha presentado en diferentes contextos de tal forma que se pueda desarrollar ampliamente el tema tratado para asegurar su comprensión de forma subjetiva (Sánchez, 2019; Cerrón, 2019). De la misma forma, se orientó a un tipo de investigación básica dado que, a través de la recopilación de la información, se ha buscado incrementar el nivel de conocimiento sobre el tema tratado en función a la problemática presentada en un contexto latinoamericano (Cano, 2019; Gabriel-Ortega, 2017).

Además, es importante mencionar que la investigación ha presentado un diseño teórico de revisión sistemática debido a que los datos cualitativos recopilados en base a un periodo de tiempo definido tuvieron que ser analizados detalladamente de tal forma que la interpretación pueda ser presentada en el apartado de resultados (Pardal-Refoyo y Pardal-Pelaez, 2020; Linares et al., 2018). Por otro lado, en lo que respecta a la unidad de análisis, para el desarrollo del artículo se han seleccionado 25 artículos que estudian sobre la asignación presupuestaria y el crecimiento de las Mypes en Latinoamérica durante la Covid-19.

Fue indispensable utilizar los términos claves “asignación presupuestaria”, “crecimiento de las Mypes”, “covid-19” y “pandemia” para indagar en las bases de datos de Redalyc, Scielo y otros portales de revistas, seleccionado solamente a aquellos artículos desarrollados desde 2020. Por su parte, Guevara et al. (2020) manifiestan que los participantes son representados por individuos, objetos u otros elementos que puedan ser empleados para extraer información cuyo aporte favorece a la resolución de los objetivos propuestos en una investigación. Así también, para desarrollar el objetivo propuesto se utilizó como instrumento la tabla de registro diseñada para detallar las cualidades más representativas de cada uno de los artículos seleccionados de tal manera que puedan ser correctamente analizados.

Piza et al. (2019) refieren que un instrumento es el medio a través del cual se recogen los datos e información esencial para conocer aspectos relevantes sobre el problema estudiado. En última instancia, es importante precisar que se emplearon las Normas APA 7<sup>a</sup> edición para citar y referenciar la información que fue obtenida de otras fuentes, es decir, para presentar artículos y libros que fueron elaborados por otros autores de tal forma que se evite el plagio. Además, se aplicó el principio ético de investigación de beneficencia por cuanto se buscó favorecer a la comunidad a través de la generación de nuevos conocimientos sobre asignación presupuestaria y crecimiento de las Mypes en Latinoamérica durante la covid-19; y el principio de no maleficencia puesto que se evitó ejecutar acciones que puedan ocasionar un efecto negativo para la comunidad.

### 3. RESULTADOS

**Tabla 1.** Resultados de la revisión

Autor	País	Conclusiones
Borboa et al. (2022)	México	A pesar de que el gobierno de Sonora de México ha implementado apoyo económico para las PYMES, el 78,5% afirmó que no tuvo conocimiento sobre la existencia de tales medidas y el 74,4% ha respondido que se agotó el apoyo. Por tanto, quedó demostrado la necesidad de que estas empresas apliquen mecanismos, ejecuten acciones y adopten medidas efectivas e innovadoras que favorezcan a la continua realización de sus operaciones.
Vega et al. (2022)	Colombia	En lo que respecta a Chile, el gobierno dispuso la capitalización al Banco Estado por un importe de \$500 millones con el propósito de entregar créditos que proporcionen un soporte económico a las pymes. De igual manera, se aprobó la línea de crédito a favor de estas con una garantía estatal. Por otro lado, en Paraguay, el Estado realizó transferencias a las entidades financieras para financiar las pymes. Por lo cual se reconoce que los gobiernos designaron un importe considerable en sus presupuestos para hacer frente a la crisis que la pandemia produjo en las pymes.
Escobar (2022)	Colombia	La aparición de la Covi-19 ha exigido que las PYMES se reinventen empresarialmente con la finalidad de adaptarse a la nueva realidad dispuesta por el gobierno de tal forma que su funcionamiento se efectúe de forma sostenible a lo largo de los años. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos realizados por las autoridades nacionales, se ha registrado una caída de 24,56% en los estados financieros de estas empresas, además de una reducción de 76,00% del importe de ingresos percibidos por el desarrollo de sus operaciones.
Galarza et al. (2022)	Ecuador	La crisis sanitaria ocasionada por la Covid-19 ha producido que el gobierno establezca medidas a favor de las micro y pequeñas empresas para que les permita seguir operando efectivamente dentro del mercado. Bajo esa perspectiva, a pesar del beneficio otorgado a las Pymes, la mayoría de estas no tomó decisiones asertivas frente a esta circunstancia y ello produjo el cese de sus operaciones económicas y el decrecimiento del mercado.
Tacuri-Quesada y López-González (2021)	Colombia	La obtención de financiamiento y disponibilidad de fondos económicos necesarios para hacer frente a las obligaciones con terceros fueron considerados como los principales retos que afrontaron las MiPymes durante la pandemia. En efecto, la reducción del nivel de ventas obligó que tales empresas recurran al endeudamiento como única forma para seguir operando, esto debido a la falta de aplicación oportuna de medidas económicas efectivas por parte del gobierno.
Moreno (2021)	México	El reto que han presentado las pymes a causa de la pandemia ha conllevado a que los gobiernos reconozcan la necesidad de crear condiciones de política pública para ejecutar actividades que fortalezcan su funcionamiento y ejecuten inversiones que favorezcan a la optimización de la capacidad competitiva dentro del mercado de tal manera que asegure su crecimiento continuo.
González-Díaz y Becerra-Pérez (2021)	México	Entre los principales retos de las mipymes en América Latina destaca la falta de aplicación de estrategias innovadoras que permitan su adopción frente a los cambios que puedan presentarse dentro del mercado. Por tanto, la aparición de cualquier acontecimiento negativo de gran impacto como la Covid-19, conllevaría que la mayoría de estas presenten una gran crisis económica-financiera que les impediría seguir operando dentro del mercado.
Rojas y Bustios (2021)	Perú	La covid-19 ocasionó el cierre de aproximadamente 2,7 millones de organizaciones, dentro de las cuales un 19% se encuentran situadas en América Latina donde las pymes fueron las organizaciones más afectadas debido al bajo nivel de formalidad, ausencia de procedimientos estandarizados, recursos y herramientas, etc. Es por ello que estas empresas deben demostrar la buena capacidad que poseen para adaptarse a las tendencias del mercado actual y alineen sus operaciones a los nuevos requerimientos del complejo panorama.
Useche et al. (2021)	Ecuador	La proyección respecto al crecimiento del PIB para Ecuador arrojó una estimación negativa de -6,5% producto de la pandemia originada por la Covid-19, lo cual ha producido sucesos negativos en el desarrollo de las actividades económicas por parte de las pymes. Ante esta circunstancia desfavorable, la República del Ecuador aprobó la Ley de Apoyo Humanitario que establece facilidades financieras para las empresas, convenios para los deudores y acreedores, etc., por lo cual destinó un importe considerable de su presupuesto para ejecutar tales medidas.
Casaneva (2021)	Chile	El cierre de las Pymes chilenas se produjo como consecuencia de la falta de conocimiento y comprensión sobre las medidas dispuestas por el gobierno, ausencia de ejecución de acciones estratégicas, deficiente planeamiento estratégico, etc., por cuanto todo ello ha generado que las empresas no tomen buenas decisiones económicas y financieras que les permita superar cada una de las dificultades y problemas que atraviesan de tal manera que puedan seguir operando.

Duque et al. (2021)	Colombia	El 34,78% de las Mipymes afectadas por la cuarenta dictada por el gobierno para hacer frente a la Covid-19 han optado por el cierre temporal de su negocio por la falta de recursos económicos suficientes para financiar la ejecución de las operaciones, por cuanto el 17,60% menciona que sus ingresos se redujeron de forma significativa y el 47,10% refiere que el endeudamiento aumentó. Por tanto, se destaca la necesidad de que el gobierno implante diferentes acciones de apoyo respecto a financiamiento, medidas de tributación, etc.
Palas y Salcedo-Muñoz (2021)	Ecuador	Las pymes son las organizaciones que en mayor medida resultaron afectadas debido a que el estado vulnerable en el que se encuentra por la paralización de las actividades económicas. Asimismo, se pudo constatar que la capacidad de versatilidad y adaptación de estas empresas ha conllevado a la aplicación de medidas estratégicas para asegurar la supervivencia de un sector económico importante para el desarrollo económico del país. Por lo cual es evidente la necesidad de que el gobierno otorgue subvenciones o créditos especiales que fortalezcan la economía de las PYMES.
Galán y Mollo (2021)	Argentina	El 40% de las micro, pequeñas y medianas empresas han recibido algún tipo de beneficio económico o subsidio por parte del gobierno por la coyuntura producida a causa de la Covid-19 con la finalidad de reducir su impacto negativo en la ejecución de sus actividades y operaciones económicas. En efecto, esta crisis impactó en estas empresas puesto que se vieron afectadas al padecer un endurecimiento del plazo de pago. Esto suscitó que el 65,6% reduzca su rentabilidad, el 55,5% suspenda sus inversiones, el 51,4% disminuya sus ventas y el 50,5% aumente el importe de sus deudas.
Colina-Ysea (2021)	Perú	La covid-19 originó que el 36% de las MYPES se encuentren en un estado inoperante, esto debido a la gran cantidad de problemas e inconvenientes económicos y financieros que dificultó su funcionamiento al 100%. Asimismo, el nivel de sus ventas se redujo en un 77% e inclusive el 9% de estas no realizó ninguna venta. Estos índices dejan en evidencia la tendencia negativa de estas empresas durante el año 2020, lo cual tuvo un impacto directo y significativo en sus finanzas y capacidad de sostenibilidad.
Ramos (2021)	Perú	La normativa dispuesta por el gobierno peruano en el marco de la reactivación económica a favor de las mypes en la coyuntura de la pandemia Covid-19 ha permitido que sólo algunas puedan subsistir. En efecto, estas medidas ocasionaron diferentes reacciones en los empresarios porque una parte de los beneficiados logró tener acceso crediticio para financiar sus operaciones económicas, por lo cual se considera conveniente que el Estado desarrolle programas en base a la realidad del sector más afectado y el grado de endeudamiento.
Poveda (2021)	Bolivia	El 94,87% pone en manifiesto la necesidad de que el gobierno aplique otras políticas de incentivo que brinden apoyo a las empresas que forman parte del sector MYPES debido a que las medidas actuales que radican en el otorgamiento de créditos y financiamiento resultan insuficientes. Esto con la finalidad de potencializar el desempeño y crecimiento continuo de las MYPES y la inversión productiva de tal manera que se contribuya con la conservación de un mercado competitivo.
Aguirre et al. (2020)	Argentina	Los cambios en el comportamiento social y económico producido por la pandemia han conllevado a que las autoridades diseñen un portal web para que las pymes operen sin incurrir en gastos adicionales como comisiones, realicen sus ventas a través de internet, entre otros; adicionalmente, se dispuso que las instituciones financieras otorguen créditos con tasas mínimas de interés. Esto permitió destacar el rol destacable que ha desempeñado el gobierno para contribuir con su crecimiento.
Ramírez y Campos (2020)	Perú	La pandemia tuvo un efecto negativo en las actividades que desempeñan las micro y pequeñas empresas y, la mayoría de estas, a pesar de contar con un apoyo económico otorgado por el Estado, no fue suficiente para hacer frente a sus obligaciones financieras y seguir operando de forma apropiada dentro del mercado, por lo cual tuvieron que proceder con el cierre inmediato de las mismas.
Bárcena (2020)	México	Las micro, pequeñas y medianas empresas no cuentan con herramientas y mecanismos de defensa ante la coyuntura producida por la Covid-19. Y, a pesar de las medidas de apoyo interpuestas por el gobierno con la finalidad de hacer frente al impacto económico negativo, se produjo el cierre de más de 2,7 millones de empresas que integran la región latinoamericana porque no cuentan con el apoyo suficiente para seguir operando y creciendo.
Salas et al. (2020)	México	Se evidencia la necesidad de que los gobiernos asuman un mayor nivel de compromiso y se interesen en proponer medidas idóneas que favorezcan a las MiPymes, así como a su crecimiento significativo dentro del mercado. Esto debido a que, a pesar de las medidas interpuestas por el gobierno, no todas las empresas pudieron adquirir los beneficios otorgados y suscitó que paralicen sus actividades económicas.
Provencio (2020)	México	Entre las medidas más relevantes de política económica y social establecidas por el Estado Mexicano destaca la implementación del programa para financiar a 30,000 pymes, donde el importe asignado en el presupuesto ascendió a \$3,000 millones bajo la modalidad de factoraje. En ese sentido, estos créditos permitieron que las pymes puedan contar con los recursos

		económicos suficientes para operar y seguir creciendo pese a las circunstancias negativas que afronta.
Heredia et al. (2020)	México	La cuarentena ocasionada por la Covid-19 ha ocasionado que se presente un panorama poco favorable desde una perspectiva jurídica y económica, donde los efectos fueron mitigables por medio de las medidas que permitieron dar respuesta a las diversas necesidades que presentan las Pymes. Es importante señalar además que esta coyuntura sustenta la dificultad de prever cuestiones objeto de planteamiento, por lo cual resulta pertinente revisar las medidas aplicadas de modo que puedan ser aclaradas y mejoradas y valoren la posibilidad de implementar medidas complementarias.
González-Díaz y Flores (2020)	Venezuela	Pese al esfuerzo realizado por el Estado Venezolano para reactivar la economía a través del impulso en la utilización de herramientas y mecanismos que favorezcan a su crecimiento constante, se considera poco suficiente para incrementar el nivel de efectividad de las pymes dentro del mercado y lograr su reactivación de forma mediana en el aparato productivo debido a que las autoridades organizativas tuvieron que aplicar medidas idóneas para asegurar su funcionamiento sin transgredir las medidas sanitarias dictadas.
Huilcapi et al. (2020)	Ecuador	Las difíciles situaciones producidas por la Covid-19 ha ocasionado que el gobierno elabore planes y estrategias fundamentales encaminadas a asegurar el éxito y crecimiento constante de las pymes. Asimismo, la COVID-19 ha representado una oportunidad para que estas empresas puedan reevaluar su productividad y utilizar herramientas apropiadas para que mejoren su gestión y procesos; por tanto, desde esa perspectiva, la pandemia arrojó resultados positivos.
Ponce et al. (2020)	Ecuador	Ecuador, con el propósito de reanimar la economía y el sector productivo, ha recepcionado un estimado de \$640 millones del FMI, \$500 millones del Banco Mundial, \$700 del Banco Interamericano de Desarrollo y \$300 millones del Banco de Desarrollo de América Latina. Pese a ello, se ha estimado el cierre de aproximadamente 181,438 microempresas por la falta de medidas idóneas que se ajusten a la realidad del gobierno para favorecer a la reducción de la brecha fiscal.

De acuerdo con los datos presentados en la tabla anterior, se analizó la problemática encontrada en relación con la asignación presupuestaria y el crecimiento de las Mypes en Latinoamérica durante la covid-19, donde prevalecieron aquellos artículos científicos desarrollados a partir del 2020, los cuales estudiaron la realidad evidenciada en México (7 artículos), Ecuador (5 artículos), Perú (4 artículos) y Colombia (4 artículos). Asimismo, se observa que la totalidad de artículos presentaron un diseño descriptivo.

En tal sentido, la revisión de los artículos científicos ha permitido conocer la realidad que afrontaron las Mypes en cada uno de los países latinoamericanos puesto que la aparición de la pandemia por la Covid-19 ha originado que estas empresas atravesen por diversos cambios hasta situarlos frente a un panorama más desalentador al que venían presentando y esto ha conllevado a adopten medidas drásticas que repercutieron negativamente en su funcionamiento, esto pese que los estados tuvieron la intención de otorgar su apoyo.

#### 4. DISCUSIÓN

A través del análisis comparativo entre los resultados obtenidos de los artículos científicos seleccionados para la revisión se pudo conocer la realidad que enfrentan los países latinoamericanos en relación con la asignación presupuestaria y el crecimiento de las Mypes, por lo cual se identificaron varios hallazgos relevantes sobre el tema a tratar. En una primera instancia se reconoce que las Mypes, principalmente aquellas de menor tamaño, son las organizaciones que se vieron afectadas en mayor medida por cuanto afrontaron un escenario pernicioso donde el nivel de sus ventas reduce constantemente y su endeudamiento aumentó aceleradamente.

Por tanto, esta situación evoca la necesidad de que los gobiernos tracen rutas económicas reales, medibles y alcanzables que contribuyan con la mitigación del impacto económico negativo de la pandemia en las Mypes. De igual manera, González-Díaz y Becerra-Pérez (2021) manifiestan que la presencia de un hecho significativo como la Covid-19 conllevaría a que las micro, pequeñas y medianas empresas de la región

presente una crisis insuperable. Así también, Colina-Ysea (2021) precisa que la covid-19 ha impedido que las Mypes conserven una estabilidad económica pertinente y fortalezcan su capacidad de sostenibilidad.

Frente a este panorama, las autoridades nacionales de los países latinoamericanos dictaron medidas y diseñaron políticas que permitan frenar el impacto de la Covid-19 en la economía de las Mypes. Por ejemplo, para el caso de Perú, el estado creó el programa REACTIVA PERÚ con la finalidad de que las instituciones del sistema financiero otorguen garantías de hasta S/.30,000 millones a las empresas puesto que se otorgó financiamiento por hasta 36 meses. En tanto, se destinó S/60,000 millones del presupuesto (8% del PBI) para financiar la ejecución del programa. Así pues, esta medida ha presentado una herramienta financiera esperanzadora para los empresarios debido a que ha insertado capital a las Mypes de tal manera que puedan tener el apoyo económico necesario para seguir operando y creciendo continuamente (Ministerio de Economía y Finanzas, 2020).

Asimismo, Provencio (2020) sostiene que, en México, una de las medidas dispuestas por el gobierno consistió en implementar un programa que financie a 30,000 pymes, para lo cual se ha presupuestado \$3,000 millones. Bajo esa línea, Galán y Mollo (2021) precisan que los beneficios económicos o subsidios otorgados por los gobiernos dentro del marco de las medidas de reactivación económica han buscado disminuir los efectos económicos de la pandemia.

Sin embargo, se reconoce que la mayor parte de las medidas adoptadas no fueron totalmente efectivas por cuanto las Mypes siguen presentando dificultades para obtener los recursos financieros suficientes que les permita operar apropiadamente. Esto principalmente como consecuencia de la falta de acogimiento a los beneficios otorgados por el gobierno por no cumplir con los requisitos establecidos. Esta afirmación es congruente con lo mencionado por Bárcena (2020), por cuanto asevera que, a pesar de las medidas dispuestas por el estado, más de 2,7 millones de empresas no pudieron afrontar esta situación y tuvieron que cerrar de forma definitiva.

Por tal motivo, esta problemática ha ocasionado que las Mypes se encuentren en una posición poco favorable debido a que tuvieron que tomar decisiones radicales que van desde la suspensión temporal de sus actividades económicas hasta el cierre definitivo de la empresa. En concordancia con tal premisa, es relevante destacar lo manifestado por Salas et al. (2020), por cuanto los autores destacan la importancia de que los gobiernos asuman con mayor compromiso la responsabilidad que tienen con las empresas de los diferentes sectores económicos y propongan medidas acordes con su realidad para que contribuyan con su crecimiento continuo dentro del mercado al que pertenecen.

## 5. CONCLUSIONES

Los principales hallazgos sobre la asignación presupuestaria y crecimiento de las Mypes en Latinoamérica durante la covid-19 radican en que, si bien es cierto la mayoría de los gobiernos latinoamericanos implementaron medidas económicas y financieras para asegurar el otorgamiento de créditos a favor de las Mypes para financiar la ejecución de sus actividades económicas, para la mayoría de estas el importe presupuestado para otorgar tal financiamiento resultó ser insuficiente debido a que no abarcó el 100% de este sector económico, por lo cual diversas micros y pequeñas empresas tuvieron que paralizar sus actividades y cerrar de forma permanente.

Por tal motivo, frente a esta problemática, se observa la necesidad de que los gobiernos evalúen como alternativa de solución el dictamen de nuevas políticas y medidas de apoyo a favor de las Mypes idóneas con la realidad que se presenta en cada país con el propósito de ampliar su alcance y asegurar que la mayor parte de estas gocen de los beneficios económicos y financieros otorgados. Adicionalmente a ello, es indispensable que los micro y pequeños empresarios adopten una serie de acciones o medidas estratégicas como la elaboración de planes financieros de tal manera que puedan enfrentar asertivamente las

contingencias que se presentan durante el desarrollo de las actividades económicas con la finalidad de asegurar el crecimiento continuo del sector.

## FINANCIAMIENTO

Ninguno

## CONFLICTO DE INTERESES

No existe ningún tipo de conflicto de interés relacionado con la materia del trabajo.

## CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES

Conceptualización: Arévalo-Alva, L. D., Martell-Alfaro, K. P. y Ríos-López, L. A.

Metodología: Saldaña-Pinto, C. A. y Alejandría-Castro, C. A.

Administración del proyecto: Fasanando-Puyo, T. y Rojas-Vela, J.

Metodología: Fasanando-García, S. W.

Redacción - borrador original: Arévalo-Alva, L. D., Martell-Alfaro, K. P.

Redacción - revisión y edición: Arévalo-Alva, L. D., Martell-Alfaro, K. P.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, R., Rusconi, J., Turano, C., Todesca, A. y Zapata, L. (2020). Covid-19 y su impacto en las pymes argentinas. Perspectivas para América Latina. *Palermo Business Review*, (22), 225-240. [https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr22/PBR\\_22\\_12.pdf](https://www.palermo.edu/negocios/cbrs/pdf/pbr22/PBR_22_12.pdf)
- Bárcena, A. (2020). ALC ante la crisis de la COVID-19: cómo debe ser la reactivación. *Pensamiento Iberoamericano*, (9), 12-23. <https://www.somosiberoamerica.org/wp-content/uploads/2020/09/02.pdf>
- Borboa, E., García, H., Hernández, O., Valdez, L. y Limón, R. (2022). El impacto del Covid-19 en la gestión de las empresas mexicanas. *GECONTEC: Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología*, 9(2), 22-46. <https://upo.es/revistas/index.php/gecontec/article/view/6413>
- Cano, C. (2019). Dos visiones diferentes de entender la investigación, para la formación en educación superior. *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo*, 1, 1-11. <https://www.eumed.net/rev/atlante/2019/07/investigacion-educacion-superior.html>
- Casanueva, G. (2021). Las Pymes frente a la pandemia: El necesario desarrollo del pensamiento estratégico y de la planificación estratégica. *Revista Pensamiento Académico de la Universidad UNIACC*, 4(1), 80-92. <http://www.revistapensamientoacademico.cl/index.php/Repeac2/article/view/73/83>
- Centro Nacional de Competitividad (2021). *Informe: Lineamientos para el diseño de una política de inclusión financiera con enfoque primordial en la MYPE*. <http://cncpanama.net/handle/123456789/999>
- Cerrón, W. (2019). La investigación cualitativa en educación. *Horizonte de la Ciencia*, 9(17), 1-8. <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/59/59717003/59717003.pdf>
- Colina-Ysea, F., Isea-Argüelles, J. y Aldana-Zavala, J. (2021). Impacto del COVID-19 en pequeñas y medianas empresas del Perú. *Revista de ciencias sociales*, 27(4), 16-31. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.36991>

- Duque, B., Gaviria, D., Àngel, J. y Jiménez, J. (2021). Crecimiento económico de las Mipymes de la ciudad de Medellín para el año 2020 con respecto a los impactos generados por el Covid 19. *Revista CIES*, 12(2), 133-149. <http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/view/356/0>
- Escobar, V. (2022). Reactivación de las PYMES en tiempos de pandemia. *Revista Reflexiones y Saberes*, (15), 43-54. <http://34.231.144.216/index.php/RevistaRyS/article/view/1329>
- Gabriel-Ortega, J. (2017). Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. *Journal of the Selva Andina Research Society*, 8(2), 145-146. [http://www.scielo.org/bo/pdf/jsars/v8n2/v8n2\\_a08.pdf](http://www.scielo.org/bo/pdf/jsars/v8n2/v8n2_a08.pdf)
- Galán, L. y Mollo, G. (2021). PyMES: lo que la pandemia nos dejó. *Revista Econo*, 12(23), 36-39. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/131327>
- Galarza, J., Ordóñez, J. y Zamora, E. (2022). Importancia de las estrategias en las Obligaciones Tributarias frente a la Emergencia Sanitaria Covid-19 en Pymes de Cuenca, Ecuador. Religación. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 7(31), 1-4. <https://doi.org/10.46652/rgn.v7i31.878>
- González-Díaz, R. y Becerra-Pérez, L. (2021). PYMES en América Latina: Clasificación, productividad laboral, retos y perspectivas. *CIID Journal*, 2(1), 570-608. <https://ciidjournal.com/index.php/abstract/article/view/100>
- González-Díaz, R. y Flores, K. (2020). Cultura organizacional y Sustentabilidad empresarial en las Pymes durante crisis periodos de confinamiento social. *CIID Journal*, 1(1), 28-41. <https://ciidjournal.com/index.php/abstract/article/view/40>
- Guevara, G., Verdesoto, A. y Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4(3), 163-173. <https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Heredia, A. y Dini, M. (2021). *Análisis de las políticas de apoyo a las pymes para enfrentar la pandemia de COVID-19 en América Latina*. <http://hdl.handle.net/11362/46743>
- Heredia, A., Aguilar, P. y Sainz, N. (2020). Situación de las Pymes de Hermosillo, Sonora ante la crisis presentada por COVID-19. *Revista de Investigación Académica sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, (32), 1-22. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi32.311>
- Hernández, R. (2020). *Covid-19 y América Latina y el Caribe: los efectos económicos diferenciales en la región*. Editorial del Instituto Universitario de Análisis Económico y Social. <http://hdl.handle.net/10017/43143>
- Huilcapi, N., Troya, K. y Ocampo, W. (2020). Impacto del COVID-19 en la planeación estratégica de las pymes ecuatorianas. *Recimundo*, 4(3), 76-85. <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/851>
- Iglesias, E. (2020). La respuesta al virus: entre el Estado y la cooperación internacional. *Revista de la Secretaría General Iberoamericana*, 1. <https://www.somosiberoamerica.org/wp-content/uploads/2020/09/01.pdf>
- Linares, E., Hernández, V., Domínguez-Escrig, J., Fernández-Pello, S., Hevia, V., Mayor, J., Padilla-Fernández, B. y Ribal, M. (2018). Metodología de una revisión sistemática. *Actas Urológicas Españolas*, 42(8), 499-506. <https://doi.org/10.1016/j.acuro.2018.01.010>
- Ministerio de Economía y Finanzas (2020). *Programa "Reactiva Perú"*. [https://www.mef.gob.pe/es/?option=com\\_content&language=es-ES&Itemid=102667&lang=es-ES&view=article&id=6431](https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=102667&lang=es-ES&view=article&id=6431)

- Moreno, R. (2021). La micro, pequeña y mediana empresa en México frente al covid.19. Realidades y retos. *Revista de la Universidad de Guadalajara*, 1, 198-207. <https://n9.cl/xwcdk>
- Naciones Unidas (2020). *Sectores y empresas frente al COVID-19: Emergencia y reactivación. Informe Especial*. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45734-sectores-empresas-frente-al-covid-19-emergencia-reactivacion>
- Palas, M. y Salcedo-Muñoz, V. (2021). Emprendimiento en tiempo de crisis: una evaluación al impacto del COVID en las PYMES de la Provincia de El Oro, Ecuador. *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, 9(1), 99. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v9i.3009>
- Pardal-Refoyo, J. y Pardal-Peláez, B. (2020). Anotaciones para estructurar una revisión sistemática. *Revista ORL*, 11(2), 155-160. <https://dx.doi.org/10.14201/orl.22882>
- Piza, N., Amaiquema, F. y Beltrán, G. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Conrado*, 15(70), 455-459. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/1162>
- Ponce, D., Palacios, A., Avellan, A. y Salazar, G. (2020). Crisis económica pre y post-pandemia: su incidencia en la mortalidad de las MiPymes en Ecuador. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1, 1-5. <https://www.eumed.net/rev/oel/2020/09/crisis-ecuador.html>
- Poveda, I. (2021). Que sucede si eres parte de las micro y pequeñas empresas MYPES de Sucre durante el covid 19. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 64-76. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.128>
- Provencio, E. (2020). Política económica y Covid-19 en México en 2020. *Economíaunam*, 17(51), 263-281. <https://doi.org/10.22201/fe.24488143e.2020.51.563>
- Ramírez, E. y Campos, W. (2020). Microempresas en pandemia: Una aproximación desde el discurso del emprendedor. *Economía y Negocios: Revista de la Escuela Profesional de Ingeniería Comercial*, 2(2), 22-31. <https://doi.org/10.33326/27086062.2020.2.968>
- Ramos, E. (2021). Normatividad que reglamenta la reactivación económica de las mypes en Piura, una región del norte del Perú. *PALMA Express*, 15-48. <https://cipres.sanmateo.edu.co/ojs/index.php/libros/article/view/464>
- Rojas, E. y Bustios, M. (2021). La situación de las PYMEs en un contexto de post pandemia. *Dataismo*, 1(2), 49-60. <https://doi.org/10.53673/data.v1i2.9>
- Salas, A., Delfín, F., Acosta, M. y Olivares, H. (2020). Apoyos económicos-fiscales en México por Covid-19 para Mipymes. *Horizontes de la Contaduría en las Ciencias Sociales*, (12), 40-60. <https://doi.org/10.25009/hccs.v0i12.20>
- Salazar-Xininachs, J. (2022). *Estrategias y políticas para la reconstrucción con transformación pospandemia en América Latina y el Caribe*. <https://hdl.handle.net/11362/47825>
- Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. <http://dx.doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Tacuri-Quesada, G. y López-González, C. (2021). Riesgo financiero en las pequeñas y medianas empresas en época de pandemia. Caso: ASOPROTEXAPRO. *Cienciamatria*, 7(2), 629-659. <https://doi.org/10.35381/cm.v7i2.524>

- Useche, M., Vásquez, L., Salazar, F., Ordóñez, M. (2021). Fórmula estratégica empresarial para pymes en Ecuador ante la covid-19. *Universidad & Empresa*, 23(40), 1-22.  
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.9309>
- Vásquez, K. y Hernández, J. (2022). Desigualdades pandémicas: brechas agudizadas en América Latina. *Grietas. Revista Crítica de Política Internacional*, 3(3), 187-213.  
<http://www.revistagrietas.com/index.php/grietas/article/view/28>
- Vega, M., Urrea, C. y Avilés, N. (2022). Contrapesos de política fiscal en COVID 19: Estudio de caso para Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Paraguay. *Visión Contable*, (24), 147-167.  
<http://publicaciones.unaula.edu.co/index.php/VisionContable/article/view/1293>

# Relación entre el proceso de contratación administrativa de servicios y la optimización del área de Recursos Humanos

Relationship between the process of administrative contracting of services and the optimization of the Human Resources area

 **Céliz-Córtez, Leydi Jhiordina**<sup>1\*</sup>

 **Torres-Panduro, Miguel Isaías**<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú

**Recibido:** 18 May. 2022 | **Aceptado:** 21 Jun. 2022 | **Publicado:** 20 jul. 2022

**Autor de correspondencia\*:** [ljceliz@unsm.edu.pe](mailto:ljceliz@unsm.edu.pe)

**Cómo citar este artículo:** Céliz-Córtez, L. J. & Torres-Panduro, M. I. (2022). Relación entre el proceso de contratación administrativa de servicios y la optimización del área de Recursos Humanos. *Revista Amazónica de Ciencias Económicas*, 1 (2), e406. <https://doi.org/10.51252/race.v1i2.e406>

## RESUMEN

La investigación tuvo por objetivo determinar la relación del proceso de contratación administrativa de servicios y la optimización del área de Recursos Humanos. El procedimiento fue cuantitativo, la investigación fue de tipo no experimental, diseño correlacional, siendo la población el personal contratado bajo particularidad de Contratación Administrativa de Servicios de la Municipalidad Provincial de San Martín, siendo 260 en total, de ese modo la muestra con muestreo probabilístico fue de 155 colaboradores. Los resultados señalan que el objeto de mayor relevancia en el Proceso de Contratación Administrativa de Servicios son los méritos con 38,71%, el 32,26% de principios y el 29,03% en resultado. Por su parte, la función de mayor relevancia de la optimización del área de Recurso Humano es el fomento de la igualdad con 35,48%, y el desarrollo laboral interno es 33,55%, a su vez el cumplimiento con 30,97%. Luego de la recolección y procesamiento de datos, se contrastó la hipótesis mediante la Prueba Chi Cuadrado, y se concluyó que existe relación entre el Proceso de Contratación Administrativa de Servicios y la optimización del área de Recurso Humano de la Municipalidad Provincial de San Martín, siendo el  $Xc^2$  (10,44) mayor que el valor tabular  $Xt^2$  (9,49).

**Palabras clave:** administración pública, desarrollo laboral, fomento de igualdad, gasto público

## ABSTRACT

The objective of the research was to determine the relationship between the process of administrative hiring of services and the optimization of the human resource area. The procedure was quantitative, the research was of a non-experimental type, correlational design, the population being the personnel hired under the particularity of Administrative Contracting of Services of the Provincial Municipality of San Martín, being 260 in total, thus the sample with probabilistic sampling was 155 collaborators. The results indicate that the most relevant object in the Administrative Services Contracting Process is merit with 38.71%, 32.26% principles and 29.03% results. For its part, the most relevant function of the optimization of the Human Resources area is the promotion of equality with 35.48%, and internal labor development is 33.55%, in turn compliance with 30.97%. After the collection and processing of data, the hypothesis was contrasted by means of the Chi Square Test, and it was concluded that there is a relationship between the Administrative Services Contracting Process and the optimization of the Human Resource area of the Provincial Municipality of San Martín, being the  $Xc^2$  (10.44) greater than the tabular value  $Xt^2$  (9.49).

**Keywords:** public administration, labor development, promotion of equality, public spending

## 1. INTRODUCCIÓN

La administración de recursos humanos (ARH) es un área considerablemente perceptiva a la concepción que avasalla en las organizaciones, dado por la cual es casual y situacional. Va depender de la cultura que coexista en cada estructura, así como de la cultura organizacional que se ampare. De igual manera depende de las particularidades del contexto circunstancial, el desplazamiento de la organización, de las peculiaridades intrínsecas, de sus ocupaciones y métodos y de un sinnúmero de otros elementos de suma importancia (Chiavenato, 2007).

La evolución de los mercados internacionales y la transformación digital han forzado a las organizaciones a innovar rápidamente, así como adaptar sus productos y servicios, y permanecer más cerca de sus clientes, generando resurgimiento del interés en la estructura de la organización. A nivel mundial los días de una organización jerárquica están llegando a su fin, pero cambiar el organigrama es solo una pequeña parte de la transición. Lo más importante y urge es cambiar la manera cómo funciona la organización, ahora, más que nunca, es tiempo de cuestionar las estructuras organizacionales, empoderar a los equipos y enfocarse construir una cultura en la cual se comparta información, visión y dirección (Deloitte, 2016).

Y si nos enfocamos en el Perú, prácticamente todos los aspectos del manejo de los recursos humanos (contratación, compensación, beneficios, manejo del desempeño y estrategias de retención) pueden y deben alinearse para apoyar la misión de la organización y su dirección estratégica de manera efectiva. Junto con los valores institucionales y el manual de política, este alineamiento hará más probable que la organización tenga éxito en su misión (Casamalón Aguilar et al., 2011).

Actualmente con el tema de mejora en la gestión pública descentralizada precisamente mencionando a los gobiernos municipales se viene trabajando las contrataciones por el proceso de Contratación Administrativa de Servicios y al mismo tiempo se ha presentado un grado de dificultad, por el hecho de que la operatividad del proceso de Contratación Administrativa de Servicios no es muy clara para los participantes de este modo causando insatisfacciones en el proceso (López & Piedra Cueva, 2001).

Los niveles de preparación o superación del talento humano no son tomados en cuenta durante la evaluación de diferentes aspectos y etapas de la contratación dejando en claro que no se está cumpliendo con la exigencia de la norma (Romín Romero, 2019).

El problema identificado viene a ser la afectación sistemática al derecho de igualdad y dignidad que tienen todos los trabajadores, debido a la vulneración de sus derechos originados por las exigencias normativas que establece el Régimen Especial de Contratación Administrativa (CAS) de la Municipalidad Provincial de San Martín Díaz (Autoridad Nacional del Servicio Civil, 2017).

Esta forma de contrato se debería erradicar pues que, no existe una estabilidad laboral, toda vez que como se indica en el artículo 5º del DL N° 1057, dicho contrato es a plazo determinado y es renovable, no existe un aumento salarial, ya que dicho régimen no establece un sistema único de remuneraciones que esté basado por nivel y grupos y no existe un aumento salarial, ya que dicho régimen no establece un sistema único de remuneraciones que esté basado por nivel y grupos (Acuña Gonzales, 2018).

De acuerdo a lo establecido se tiene como objetivo general de la investigación es: Establecer si existe relación entre el Proceso de Contratación Administrativa de Servicios y la optimización del área de Recurso Humano de la Municipalidad Provincial de San Martín, 2018. Para ello se esbozan los objetivos específicos identificar el objeto de mayor relevancia Proceso de Contratación Administrativa de Servicios e identificar la función de mayor relevancia de la optimización del área de Recurso Humano.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

De acuerdo a la orientación fue de tipo libre, por cuanto el tema fue seleccionado de acuerdo al interés de la investigadora; y de acuerdo a la técnica de contrastación es de tipo descriptivo – correlacional. Se eligió el Diseño de Investigación No experimental (Observacional), de corte transversal.

La población de estudio estuvo constituida por 260 trabajadores contratados bajo la Modalidad Contratación Administrativa de Servicios de la Municipalidad Provincial de San Martín. El muestreo utilizado fue probabilístico con el uso de la fórmula del muestreo adecuado a las circunstancias del presente estudio de investigación. Asimismo, los colaboradores que conforman la muestra presentan las mismas características representativas de la población de donde fue extraída. La presente investigación estuvo conformada por 155 trabajadores de la Municipalidad Provincial de San Martín.

Se aplicó las técnicas de entrevistas a los 155 trabajadores de la Municipalidad Provincial de San Martín.

Según Condezo, (2012) define al Proceso de Contratación Administrativa de Servicios como Régimen especial que asume por objeto avalar los principios, méritos y capacidad, igualdad de oportunidades y profesionalismo de la dirección estatal. De tal forma, comenta que hay períodos continuados de un tratado administrativo de servicios, la cual es una particularidad especial propia del derecho administrativo y propio del Estado, la cual se evidencia en las siguientes dimensiones: Principios, méritos y capacidad. Se evaluaron 13 indicadores y se midieron de forma nominal con escala de excelente, bueno, regular, malo y pésimo

Asimismo, Ramírez Aponte, (2021) define a la optimización de área de recurso humanos como el oficio de la gestión e inspección de los recursos humanos, tanto desde una apariencia financiera como no financiera; atañidos a indicadores vinculados al análisis de puestos de trabajo y comprobación del desempeño; que reflejen los aspectos notables de la organización. De tal forma, es colaborar con la línea para avalar el empleo, progreso y conservación de los seres humanos necesarios, en el marco de las habilidades de la Institución y de acuerdo con esas necesidades, conservando el apuro al nivel más bajo en cada caso, la cual se evidencia en las siguientes dimensiones: desarrollo laboral interno, fomento de igualdad y cumplimiento de derechos. Se evaluaron 13 indicadores y se midieron de forma nominal con escala de excelente, bueno, regular, malo y pésimo.

La información se realizó mediante tablas de frecuencia y gráficos en columnas y circular con sus correspondientes análisis e interpretaciones.

En esta investigación se utilizó la medida de asociación de correlación.

Se realizó a través del estadístico de correlación de Chi cuadrado, la misma que evalúa la relación entre dos variables categóricas. La ji cuadrada se calcula a través de una tabla de contingencia o tabulación cruzada, que es una tabla de dos dimensiones y cada dimensión contiene una variable. A su vez, cada variable se subdivide en dos o más categorías. (Hernández-Sampieri, 1997).

## 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

**Tabla 1.** Proceso de Contratación Administrativa de Servicios

Proceso de CAS	Frecuencia	Porcentaje
Principios	50	32,26%
Méritos	60	38,71%
Resultado	45	29,03%
Total	155	100,00%

En ese sentido, Condezo Taipicuri, (2012) manifiesta que, los principios laborales como directrices que permiten solucionar o llegar a una mejor resolución de un problema, no han sido tomados en cuenta a fondo

al momento de tomar decisiones sobre la legalidad o no de esta norma vulneradora y discriminatoria de comisiones, como es el discutido CAS. Del presente estudio se ha comprobado que los Contratos Administrativos de Servicios contienen los elementos esenciales para ser considerados como un contrato laboral, en consecuencia, la relación existente entre la persona que presta servicios y la entidad pública deviene en una relación laboral y no administrativa.

Si bien es cierto los indicadores de los méritos obtenidos pueden ser diplomas, certificados, constancias, y cualquier otro documento que acredite lo aprendido, se considera que no es suficiente para medir el desempeño puesto que no hay un mecanismo exacto para medir la legalidad de los documentos presentados dejando así fuera de carrera en un proceso de Contratación Administrativa de Servicios a los postulantes que consigan un mérito sin poder tener la legalidad de los documentos.

Ruiz Marín, (2017) indica que el 29,17% servidores del Ministerio Público – Gerencia Administrativa de San Martín, Moyobamba se encuentran bajo el régimen del CAS, manifiesta el proceso de transición del contrato administrativo a un contrato laboral; por ello refiere que el CAS a nivel administrativo en el Perú, en 1997, se instruye con un atadura de modalidad CAS como un contrato laboral indispuerto, ya que siendo de servicios no personales; este debía efectuar un horario de trabajo y estar bajo la subordinación indestructible del contratante sin que éste explore favor laboral alguno, mantenidos en demostraciones de severidad y lógica del gasto público impuestas por el Estado. Recientemente a partir del 2008 con la divulgación de la Ley 1057, el Estado registra de manera tácita que los contratos de SNP ocultaban una dependencia laboral, porque la ocupación que redimían era de signo indestructible y estaban sujetos a sumisión. Bajo esta circunspección, esta modalidad fue optimando gradualmente reconociéndose la presencia de una dependencia laboral CAS y buscando los derechos de sindicalización y huelga; consecutivamente se fundó la expulsión progresiva de CAS y con ella se buscó derechos laborales como vacaciones de 30 días, licencia por maternidad paternidad entre otros.

**Tabla 2.** Optimización del área de Recurso Humano

<b>Optimización del área</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Desarrollo laboral interno	52	33,55%
Fomento de la igualdad	55	35,48%
Cumplimiento de derecho	48	30,97%
Total	155	100,00%

Se observa en la tabla 2 que, la función de mayor relevancia de la optimización del área de Recurso Humano de la MPSM, 2018 es el fomento de la igualdad con 35,48%, y el desarrollo laboral interno es 33,55%, a su vez el cumplimiento con 30,97%.

Ríos Patio, (2011) indica que el régimen Contratación Administrativa de Servicios busca derechos y beneficios laborales menores que los acordados en el régimen público del Decreto Legislativo N° 276, pese a que la función desplegada por dichos trabajadores son indelebles y reconocen a cargos armónicos y firmes.

Buscando siempre la mejora continua por parte del estado se ha creado diferentes modalidades de contratación, siendo la Contratación Administrativa de Servicios el régimen con menos beneficios al que lo sustituyera Decreto Legislativo N° 276 vulnerando los cargos orgánicos y estables establecidos en este mencionado Decreto Legislativo ganado por los trabajadores contratados bajo esta modalidad. Por su parte Torres Panduro, (2019) indica que la productividad es aquélla que favorece a toda una nación, debido a que conlleva a instituir un excelente nivel de vida; siendo necesaria considerar el rendimiento total de la actividad productiva en su conjunto. Siendo el más importante para lograr este incremento el capital humano. Banchieri et al., (2012); indican que el control y seguimiento del presupuesto común rebotará en un impedimento del gasto y en una mayor eficacia del recurso humano. Además, propone; el uso de indicadores como instrumento al servicio de análisis y la toma de decisiones para lograr una gestión eficaz,

eficiente y económica. Mientras que Saavedra peña, (2014), manifiesta que en el sector público del departamento de Lambayeque las insuficiencias topadas se pueden decretar que son causadas especialmente por la mala gestión, así como la insuficiente incitación y estímulos al personal. Castillo Palacios, (2010), encuentra que, la gestión del talento humano que predomina es la dimensión externa con el 56,67%. Quiroz Culqui, (2018) encuentra que la totalidad de los trabajadores del sector público, no tienen capacitación, ni alicientes, ni inspecciones ajustadas para lograr una realización eficaz del gasto de la Municipalidad Provincial de Moyobamba. Hallando también ausencia de particular clave como una firme a nivel estatal en el sector público, asimismo, los recursos humanos responsables de confeccionar los métodos de alquiler no tienen el perfil requerido para dirigir estas técnicas, tampoco poseen una buena retribución, aspectos que faltan categóricamente en la administración de estos procesos; contextos también encontrados por (Condezo Taipicuri, 2012), (Saavedra peña, 2014) y (Bardales Correa, 2013).

**Tabla 3.** Contingencia de Proceso de Contratación Administrativa de Servicios y la optimización del área de Recurso Humano

Proceso de Contratación Administrativa de Servicios	Optimización del área			TOTAL
	Desarrollo laboral interno	Fomento de la igualdad	Cumplimiento	
Principios	19	17	14	50
Méritos	26	16	18	60
Resultado	7	22	16	45
Total	52	55	48	155

Podemos identificar la distribución de frecuencias observadas distribuidas en 3 columnas y 3 filas. En función a ello, para encontrar los grados de libertad para la tabla 3\*3, es el producto de número de filas menos uno, por el número de columnas menos uno, es decir,  $(f - 1) (c - 1)$ , por lo tanto,  $(3-1) * (3-1) = 4$ . Para este caso se hizo uso del 5% de nivel de significancia ( $\alpha=0,05$ ) y 04 grados de libertad, el valor de chi cuadrado tabular ( $\chi^2$ ) es 9,49. Las hipótesis a contrastar con el uso contraste estadístico a través del chi cuadrado para el presente estudio es:

H0:El Proceso de Contratación Administrativa de Servicios y la optimización del área son independientes.

Y la hipótesis alterna

H1:El Proceso de Contratación Administrativa de Servicios y la optimización del área no son independientes. Es decir, están asociados.

**Tabla 4.** Relación entre el proceso de Contratación Administrativa de Servicios y la optimización del área de Recursos Humanos.

Proceso de contratación y la optimización del área	Chi-cuadrado calculado	gl	Chi-cuadrado tabular	Nivel de significancia
	10,44	4	9,49	0,05

El valor de chi cuadrado calculado ( $\chi^2$ ) fue determinado con los datos obtenidos en los instrumentos de recojo de información, es así que se obtiene como resultado  $\chi^2$  (10,44) es mayor que el valor tabular  $\chi^2$  (9,49), es decir, se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna que dice el Proceso de Contratación Administrativa de Servicios y la optimización del área no son independientes. Es decir, están asociados.

#### 4. CONCLUSIONES

Se establece que existe relación entre el Proceso de Contratación Administrativa de Servicios y la optimización del área de Recurso Humano de la Municipalidad Provincial de San Martín, de tal forma se

acepta la hipótesis al alterna que dice el Proceso de Contratación Administrativa de Servicios y la optimización del área no son independientes. Es decir, están asociados.

El objeto de mayor relevancia en el Proceso de Contratación Administrativa de Servicios son los méritos con los siguientes indicadores: Máximo grado obtenido, diplomas en el puesto a postular y años de experiencia en el puesto a postular

La función de mayor relevancia de la optimización del área de Recurso Humano de la Municipalidad Provincial de San Martín es el fomento de la igualdad, con el cumplimiento de beneficios establecidos por contrato, cumplimiento del uso de uniforme, cumplimiento de horarios de entrada y salida y cumplimiento con las sanciones establecidas.

## FINANCIAMIENTO

Ninguno

## CONFLICTO DE INTERESES

No existe ningún tipo de conflicto de interés relacionado con la materia del trabajo.

## CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES

Conceptualización: Céliz-Córtez, L. J. y Torres-Panduro, M. I.

Curación de datos: Céliz-Córtez, L. J. y Torres-Panduro, M. I.

Análisis formal: Céliz-Córtez, L. J. y Torres-Panduro, M. I.

Investigación: Céliz-Córtez, L. J. y Torres-Panduro, M. I.

Metodología: Céliz-Córtez, L. J. y Torres-Panduro, M. I.

Supervisión: Céliz-Córtez, L. J.

Validación: Céliz-Córtez, L. J. y Torres-Panduro, M. I.

Redacción - borrador original: Céliz-Córtez, L. J.

Redacción - revisión y edición: Céliz-Córtez, L. J. y Torres-Panduro, M. I.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuña Gonzales, J. D. (2018). *Convencionalización de la Contratación Administrativa de Servicios* [Pontificia Universidad Católica del Peru]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12747>
- Autoridad Nacional del Servicio Civil. (2017). *Régimen de Contratación Administrativa de Servicios - CAS*. <https://www.gob.pe/institucion/servir/informes-publicaciones/1074603-regimen-de-contratacion-administrativa-de-servicios-cas>
- Banchieri, L. C., Campa, F., & Gorgori, E. (2012). El Control i l'Optimització dels Recursos Humans a través d'Indicadors de Gestió en les Administracions Públiques. *Revista de Comptabilitat i Direcció*, 13, 225-240. <https://n9.cl/7obf3>
- Bardales Correa, G. S. (2013). *Evaluación de puestos de los trabajadores de la municipalidad provincial San Miguel - Cajamarca de acuerdo al manual normativo de clasificación de cargos* [Universidad Privada Antenor Orrego]. [https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/206/1/BARADALES\\_GISSELA\\_EVALUACION\\_PUESTOS\\_2013.pdf](https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/206/1/BARADALES_GISSELA_EVALUACION_PUESTOS_2013.pdf)
- Casamalón Aguilar, J. A., Armas, F., Deustua, J., Monsalve, M., & Salinas, A. (2011). *Compendio de historia económica del Peru* (Vol. 4). Instituto de Estudios Peruanos.

[https://www.elvirrey.com/libro/compendio-de-historia-economica-del-peru-tomo-4\\_90021](https://www.elvirrey.com/libro/compendio-de-historia-economica-del-peru-tomo-4_90021)

- Castillo Palacios, F. W. (2010). *Importancia de la gestión del talento humano*.  
<http://blog.pucp.edu.pe/blog/freddycastillo/2010/11/04/importancia-de-la-gestion-del-talento-humano/>
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de recursos humanos. El capital humano de las organizaciones* (Octava Edición). McGraw-Hill Interamericana. <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-12-Administracion-de-recursos-humanos.-El-capital-humano.pdf>
- Condezo Taipicuri, M. I. (2012). *Vulneración de los derechos laborales en el redimen de la contratación administrativa de servicios* [Universidad Wiener].  
<http://justiciayderecho.org.pe/revista8/articulos/TESIS MARIA CONDEZO.pdf>
- Deloitte. (2016). *Tendencias globales en capital humano 2016* (Primera Edición). Deloitte University Press.  
[https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pa/Documents/human-capital/2016\\_PA\\_CapitalHumanoTrends\\_Esp.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pa/Documents/human-capital/2016_PA_CapitalHumanoTrends_Esp.pdf)
- Hernández-Sampieri, R. (1997). Recolección de datos cuantitativos. En *Metodología de la investigación* (Sexta Edición, pp. 196-269). Centro de Recursos en Línea. <https://n9.cl/s92s>
- López, A., & Piedra Cueva, E. (2001). *Manejo de los recursos humanos Una guía práctica para organizaciones no gubernamentales* (Segunda Edición, Vol. 1). The Nature Conservancy.  
[https://www.cbd.int/doc/pa/tools/Manejo de los recursos humanos.pdf](https://www.cbd.int/doc/pa/tools/Manejo%20de%20los%20recursos%20humanos.pdf)
- Quiroz Culqui, P. (2018). *Gestión Del Potencial Humano Y Su Relación Con El Desempeño Laboral De Los Trabajadores De La Gerencia Administrativa Del Ministerio Público De San Martín, Distrito De Moyobamba, 2017* [Universidad Cesar Vallejo].  
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31627>
- Ramírez Aponte, A. J. (2021). *Optimización del desempeño de los recursos humanos para mejorar la gestión de proyectos de edificación en la ciudad de Tacna 2020* [Universidad Privada de Tacna].  
<https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/1812>
- Ríos Patio, G. (2011). *La inconstitucionalidad del contrato administrativo de servicios - cas* [Universidad de San Martín de Porres].  
[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4412/IIJ\\_00001.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4412/IIJ_00001.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Romín Romero, C. (2019). *Régimen especial de contratación administrativa de servicios (CAS) y su relación con el derecho de igualdad y dignidad de los trabajadores de la Corte Superior de Justicia de Ayacucho, 2018* [Universidad Alas Peruanas]. <https://repositorio.uap.edu.pe/xmlui/handle/20.500.12990/714>
- Ruiz Marín, R. A. (2017). *Desempeño laboral y modalidad contractual de los servidores del Ministerio Público - Gerencia Administrativa de San Martín, Moyobamba - 2017* [Universidad Cesar Vallejo].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12763/ruiz\\_mr.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12763/ruiz_mr.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Saavedra Peña, M. P. (2014). *Auditoría de gestión en el área de recursos humanos de la municipalidad distrital norte chico del dpto. Lambayeque en el periodo 2011 y propuesta de un sistema de mejor gestión* [Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].  
[https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/180/1/TL\\_SaavedraPenaMarita.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/180/1/TL_SaavedraPenaMarita.pdf)
- Torres Panduro, M. I. (2019). *Relación entre el Proceso de Contratación Administrativa de Servicios y la optimización del área de Recurso Humano de la Municipalidad Provincial de San Martín, 2018* [Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/28700>



# Relación entre cultura de emprendimiento y visión empresarial en una cooperativa agraria peruana

Relationship between culture of entrepreneurship and business vision in a Peruvian agricultural cooperative

Cavero-Rojas, Juan Carlos<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto, Perú

**Recibido:** 05 May. 2022 | **Aceptado:** 05 Jul. 2022 | **Publicado:** 20 Jul. 2022

**Autor de correspondencia\*:** [jcavero@unsm.edu.pe](mailto:jcavero@unsm.edu.pe)

**Como citar este artículo:** Cavero-Rojas, J. C. (2022). Relación entre cultura de emprendimiento y visión empresarial en una cooperativa agraria peruana. *Revista Amazónica de Ciencias Económicas*, 1(2), e410. <https://doi.org/10.51252/race.v1i2.410>

## RESUMEN

La cultura de emprendimiento es una alternativa de desarrollo ante las necesidades de innovación en las empresas por ello, es considerado como la nueva tendencia del desarrollo empresarial. Este estudio determina la relación entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial en una cooperativa agrícola peruana. La investigación desarrollada es tipo básica, no experimental de alcance descriptivo correlacional, la muestra se conformó por 35 trabajadores administrativos, a quienes se aplicaron dos cuestionarios relacionados a las variables de estudio. Se obtuvo que existe relación positiva entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial en el caso de estudio, debido que el valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman es igual a 0,704. Finalmente se rechaza la hipótesis nula, en consecuencia, se acepta la hipótesis alterna de la investigación, después de demostrar que el p - valor obtenido fue ( $0,000 < 0,05$ ), por consiguiente, hay pruebas estadísticas contundentes para afirmar que existe relación significativa entre las variables de estudio.

**Palabras clave:** actitud emprendedora; competencias blandas; desarrollo empresarial; sector empresarial

## ABSTRACT

The culture of entrepreneurship is a development alternative to the needs of innovation in companies, therefore, it is considered the new trend in business development. This study determines the relationship between entrepreneurial culture and business vision in a Peruvian agricultural cooperative. The developed research is basic, non-experimental type of correlational descriptive scope; the sample was made up of 35 administrative workers, to whom two questionnaires related to the study variables were applied. It was obtained that there is a positive relationship between the culture of entrepreneurship and the business vision in the case study, because the value of the Spearman's Rho correlation coefficient is equal to 0.704. Finally, the null hypothesis is rejected, consequently, the alternative hypothesis of the investigation is accepted, after showing that the p - value obtained was ( $0.000 < 0.05$ ), therefore, there is strong statistical evidence to affirm that there is a significant relationship between study variables.

**Keywords:** entrepreneurial attitude; soft skills; business development; business sector



## 1. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial el emprendimiento es el proceso por el cual los empresarios desarrollan y explotan distintas oportunidades comerciales, ya sea mediante la introducción de un nuevo producto o proceso mercado, o innovando un bien, servicio o método de producción existente (Bucardo Castro et al., 2015). Este proceso generalmente se organiza a través de una nueva empresa u organización, pero también puede ocurrir en empresas ya establecidas que experimentan cambios significativos en el producto o estrategia que ofertan (Gallardo Medina, 2021).

Según Saavedra-García et al. (2020) el emprendimiento surge como una alternativa de desarrollo ante las necesidades de innovación y crecimiento de las empresas, entonces se puede considerar al emprendimiento como una nueva tendencia, que con el paso del tiempo ha impactado en el desarrollo empresarial (Delfín Pozos & Acosta Márquez, 2016). Para Camino & Aguilar (2017), el emprendimiento constituye un pilar fundamental para el desarrollo económico mundial, abarcando tres tipos de economías, basadas en recursos, eficiencia e innovación, donde la ciencia y la tecnología fomentan la competitividad, la productividad y el crecimiento. Las investigaciones sobre el emprendimiento internacional reflexionan cada vez más sobre las cuestiones y los desafíos estratégicos a los que afrontan los emprendedores cuando reconocen y aprovechan las oportunidades hacia los mercados extranjeros (Asemokha et al., 2019).

Todas las organizaciones buscan opciones para supervisar los recursos, ya que no pueden aferrarse a las técnicas convencionales; por lo tanto, los responsables de las organizaciones deben mejorar los sistemas para adaptarse a los cambios en el mundo empresarial y prepararse para contrarrestar la agitación del mercado (Colina Ysea & Albites Sanabria, 2020). El pensamiento estratégico es un método mediante el cual puede lograr lo que se propone determinando cualquier problema (Chávez Vera & Calanchez Urribarri, 2022). El emprendimiento permite la independencia de una actividad empresarial; así como también el logro de objetivos mediante competencias, actitud constructiva y ética que el mercado requiere; ya que, las empresas buscan profesionales con características técnicas y competencias blandas, para desarrollar un sistema integral y direccionar que los colaboradores apunten al mismo objetivo (López-Lemus & Garza Carranza, 2019).

Las teorías relacionadas sobre la cultura de emprendimiento, favorece el desarrollo de proyectos emprendedores, entendidos como procesos de fundación de actividades, proyectos, empresas lucrativas o no, de índole económica, social, política, o también se refiere a renovación o reingenierías de procesos existentes (Mena Méndez, 2019). Además, hace que las personas tomen acciones concretas para crecer económicamente, para ser más productivas y generar riqueza (Torres Merlo et al., 2021). También, la cultura del emprendimiento es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad (Morelos-Gómez & Fontalvo-Herrera, 2014).

En cuanto a la visión empresarial, esta describe lo que una empresa desea lograr a largo plazo, representando la visión de cómo será la empresa en el futuro y establece una dirección definida para la planificación y ejecución de estrategias a nivel corporativo (Morales Guerrero & Álvarez Aros, 2021). Para Ibarra Cisneros et al. (2017), es perjudicial para una empresa operar sin una visión empresarial claramente articulada y sin dirección y razón, conforme la empresa va creciendo, esto puede volverse un problema, pues no hay claridad en las decisiones que se deben tomar. Además, la visión empresarial se trata de vislumbrar el horizonte o pronosticar el camino que transitará un negocio (Magni, 2019). También, está estrechamente relacionada con la identidad de una organización, que conlleva a la necesidad que la visión sea transversal, que permee todos los niveles de la compañía; sea bien fundamentada, coherente y cohesiva; que sea aterrizada y competitiva (Keeler, 2020).

En el caso del Perú posee un nivel alto de emprendimiento con respecto a la creación de nuevos negocios 17,8%, siendo el quinto país con tasa más del mundo, asimismo se debe considerar que el núcleo del emprendimiento, se encuentra en las regiones andinas y selváticas, sin embargo, existen diversas características sociodemográficas y débiles competencias estratégicas que condicionan el emprendimiento (León Mendoza, 2018). En la región de San Martín se encuentran varias organizaciones que presentan problemas en el emprendimiento, por el hecho de que no cuentan con estrategias adecuadas de gestión, el cual se ve reflejado por las ventas efectuadas. En tal sentido, la Cooperativa Agraria Allima Cacao ubicado en el distrito de Chazuta, dedicada al acopio y comercialización de grano de cacao de sus socios para la exportación y consumo local, nacional e internacional, en los últimos periodos ha mostrado problemas de gestión, ante este escenario, el modelo asociativo que tiene la empresa no ha permitido consolidarse de manera competitiva, y para lograr dicha finalidad es necesario buscar un modelo empresarial acorde con sus actividades y metas trazadas.

Es por ello, que el presente estudio surge como interrogante conocer como la cultura de emprendimiento se relaciona con la visión empresarial. En base a ello, el objetivo de este estudio fue determinar la relación entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial de la Cooperativa Agraria Allima Cacao.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación fue de tipo básica, por lo que este estudio estuvo orientado a la recopilación de información sin manipulación de las variables. De acuerdo a Hernández Sampieri et al. (2014) quienes manifiestan que este tipo de estudio busca aumentar el conocimiento para responder a interrogantes o precedentes para nuevas investigaciones. El diseño fue no experimental transversal de alcance descriptivo correlacional, porque no hubo implicancias prácticas, solo se describió y se midió la correlación entre las variables de estudio, y el recojo de los datos se hizo en una sola vez.

Para selección la muestra del estudio se emplearon los siguientes criterios: trabajadores administrativos debidamente contratados en la cooperativa de estudio y que aceptaron participar en el estudio bajo consentimiento informado, dando como resultado una muestra de 35 trabajadores.

Para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento se emplearon dos cuestionarios, correspondientes a cada variable en estudio. El primer cuestionario, respecto a la variable “cultura de emprendimiento” tuvo 20 ítems divididos en tres dimensiones (creatividad e innovación = 5, consideración de riesgos = 7 y comportamiento dinámico = 8). La escala fue ordinal y medida mediante la escala de Likert (1 = totalmente en desacuerdo, 2 = en desacuerdo, 3 = ni en desacuerdo, ni en acuerdo, 4 = en acuerdo y 5 = totalmente en acuerdo). El rango de valoración se presenta en la tabla 1.

**Tabla 1.** Rango de valoración de la variable cultura de emprendimiento

Dimensión / Variable	Escala puntaje		
	Bajo	Medio	Alto
Creatividad e innovación	5 a 12	13 a 20	21 a 25
Consideración de riesgos	7 a 16	17 a 26	27 a 35
Comportamiento dinámico	8 a 19	20 a 31	32 a 40
Cultura de emprendimiento	20 a 47	48 a 75	76 a 100

El segundo cuestionario respecto a la variable “Visión empresarial” estuvo conformada por 16 ítems divididos en 3 dimensiones (Dirección empresarial = 6, Estrategia empresarial = 5 y Orientación al futuro = 5). La escala fue ordinal y medida mediante la escala de Likert (1 = totalmente en desacuerdo, 2 = en desacuerdo, 3 = ni en desacuerdo, ni en acuerdo, 4 = en acuerdo y 5 = totalmente en acuerdo). El rango de valoración se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla 2.** Rango de valoración de la variable visión empresarial

Dimensión / Variable	Escala puntaje		
	Bajo	Medio	Alto
Dirección empresarial	6 a 14	15 a 23	24 a 30
Estrategia empresarial	5 a 12	13 a 20	21 a 25
Orientación al futuro	5 a 12	13 a 20	21 a 25
Visión empresarial	16 a 37	38 a 59	60 a 80

La confiabilidad de los cuestionarios se calculó mediante la técnica del Alfa de Cronbach con una prueba piloto en la que la muestra lo conformaron 30 trabajadores administrativos de la Cooperativa Agraria Allami Cacao. Con respecto a la variable cultura de emprendimiento se obtuvo un alfa de Cronbach igual a 0,829 y la variable visión empresarial donde se obtuvo un valor igual a 0,841 lo cual indicó ambos instrumentos tienen una confiabilidad muy buena.

Teniendo en cuenta los dos resultados, se procedió a aplicar los instrumentos a la muestra de la investigación. Terminada, se digitalizaron los datos en el programa Excel para posteriormente ser procesadas en el software estadístico SPSS.

De acuerdo al diseño de investigación, se empleó la estadística descriptiva e inferencial, en lo descriptivo, se consideró las unidades de tendencia central (media) y frecuencias absolutas y relativas. Para la inferencial, después de aplicar la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, se justificó el uso del coeficiente de correlación de Spearman para responder a los objetivos respecto a la relación entre las dimensiones, variables y el contraste de la hipótesis del estudio. Este coeficiente asegura valores entre -1 y 1, mostrando si hay sujeción inmediata (coeficiente positivo) o inverso (coeficiente negativo).

### 3. RESULTADOS

#### Nivel de la cultura de emprendimiento en la Cooperativa Agraria Allami Cacao

**Tabla 3.** Cultura de emprendimiento en la Cooperativa Agraria Allami Cacao

Dimensión/ Variable	Bajo		Medio		Alto		Total	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Creatividad e innovación	6	17,1%	8	22,9%	21	60%	35	100%
Consideración de riesgos	5	14,3%	6	17,1%	24	68,6%	35	100%
Comportamiento dinámico	4	11,4%	7	20%	24	68,6%	35	100%
Cultura de emprendimiento	5	14,3%	7	20%	23	65,7%	35	100%

El nivel de cultura de emprendimiento en la Cooperativa Agraria Allami Cacao es alto con 65,7% (23), medio con 20% (7) y bajo con 14,3% (5).

#### Nivel de la visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami Cacao

**Tabla 4.** Visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami Cacao

Dimensión/ Variable	Bajo		Medio		Alto		Total	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Dirección empresarial	4	11,4%	8	22,9%	23	65,7%	35	100%
Estrategia empresarial	3	8,6%	9	25,7%	23	65,7%	35	100%
Orientación al futuro	2	5,7%	7	20%	26	74,3%	35	100%
Visión empresarial	3	8,6%	8	22,9%	24	68,6%	35	100%

La visión empresarial fue alta con 68,6 % (24), medio con 22,9 % (8) y bajo con 8,6 % (3).

## Relación entre las dimensiones de la cultura de emprendimiento y la visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami Cacao

**Tabla 5.** Prueba de normalidad entre dimensiones y visión empresarial

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Creatividad e innovación	,848	35	,000
Consideración de riesgos	,853	35	,000
Comportamiento dinámico	,845	35	,000
Visión empresarial	,792	35	,000

La variable visión empresarial tiene un nivel de significancia menor a 0.05, por lo tanto, al emparejar con las dimensiones (que todos tienen un nivel de significancia igual a 0.000 y es menor a 0.05), se infiere que los datos no provienen de una distribución normal. Motivo que la prueba estadística para medir la relación entre dimensiones y variable fue el coeficiente Rho de Spearman.

**Tabla 6.** Relación entre las dimensiones de la cultura de emprendimiento y la visión empresarial

Dimensiones de la cultura de emprendimiento	Estadísticos de prueba Rho de Spearman	Visión empresarial
Creatividad e innovación	Coeficiente de correlación	,689**
	Sig. (unilateral)	,000
	n	35
Consideración de riesgos	Coeficiente de correlación	,651**
	Sig. (unilateral)	,000
	n	35
Comportamiento dinámico	Coeficiente de correlación	,713**
	Sig. (unilateral)	,000
	n	35

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

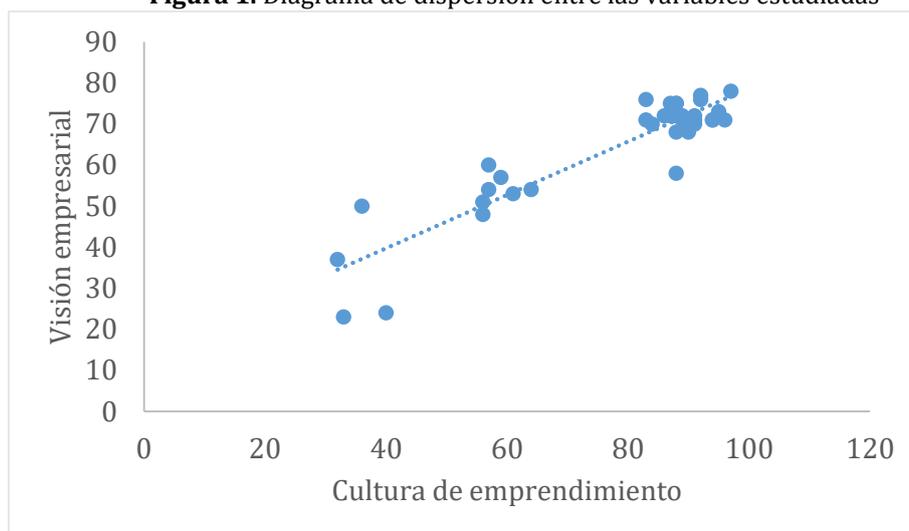
De acuerdo, con Hernández Sampieri et al. (2014), existe relación positiva media entre las dimensiones de creatividad e innovación, consideración de riesgos y la variable visión empresarial, encontrándose valores de Rho de Spearman iguales a 0,689 y 0,651 respectivamente. Por otro lado, existe relación positiva considerable entre la dimensión comportamiento dinámico y la visión empresarial la Cooperativa Agraria Allami Cacao, encontrándose un Rho de Spearman igual a 0,713. Finalmente, se observa que las tres dimensiones mantienen una relación significativa con la variable de estudio, debido a que todas tienen un nivel de significancia o p - valor igual a 0,000, la cual es menor al margen de error permitido 0,05.

## Relación entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami Cacao

**Tabla 7.** Prueba de normalidad entre cultura de emprendimiento y visión empresarial

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Cultura de emprendimiento	,789	35	,000
Visión empresarial	,792	35	,000

Ninguna de las variables en cuestión tiene un nivel de significancia mayor o igual a 0,05, por lo tanto, no tienen una distribución normal, es por este motivo que la prueba estadística para medir la relación entre ambas variables fue el coeficiente Rho de Spearman. Este coeficiente se aplica cuando los datos no provienen de una distribución normal.

**Figura 1.** Diagrama de dispersión entre las variables estudiadas

Existe relación lineal positiva entre las variables de cultura de emprendimiento y visión empresarial. Es decir, ambas variables aumentan de valor de manera simultánea.

### Prueba de hipótesis

Se sabe que:

**Ha:** Existe relación significativa entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami Cacao.

**Ho:** No existe relación significativa entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami Cacao.

Considerando la regla de decisión:

$p - \text{valor} > 0,05$ , se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ ) y, se rechaza la hipótesis alterna ( $H_a$ ).

$p - \text{valor} < 0,05$ , se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y, se acepta la hipótesis alterna ( $H_a$ ).

**Tabla 8.** Relación entre la cultura de emprendimiento y visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami Cacao

			Cultura de emprendimiento	Visión empresarial
Rho de Spearman	Cultura de emprendimiento	Coefficiente de correlación	1,000	,704**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	35	35
Visión empresarial		Coefficiente de correlación	,704**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	35	35

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

En base a lo mostrado en la tabla 8, se puede afirmar la existencia de la relación positiva considerable entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial de la cooperativa en estudio, debido a que el valor del coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0,704. Asimismo, se rechaza la hipótesis nula y en consecuencia se acepta la hipótesis alterna de la investigación, después de demostrar que el  $p - \text{valor}$  obtenido fue igual a 0,000 y es menor a 0,05 (margen de error). Por consiguiente, hay pruebas estadísticas

contundentes para decir que existe relación significativa entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial en la cooperativa estudiada.

#### 4. DISCUSIÓN

Se encontró un nivel de cultura de emprendimiento alto, la cual estaba representado por la mayoría de los trabajadores administrativos de la institución con 65,7%, seguido de un nivel medio con 20% y finalmente un nivel bajo con 14%. Tres puntos precisos que acotar, primero, que, en términos generales, el nivel encontrado es positivo en cierta manera. Segundo, complementando el punto primero, es positivo en cierta manera, porque existe también un nivel medio y peor aún nivel bajo de cultura de emprendimiento. Por lo tal, es importante que la Cooperativa trabaje sobre ello, porque lo ideal es que el nivel sea alto en el 100%. Los resultados mostrados, son reflejo de las valoraciones obtenidas según sus dimensiones, en donde, comparten alto nivel las dimensiones de consideración de riesgos y comportamiento dinámico, ambos con 68,6%, lo que significa que, el trabajador de la institución considera importante el desenvolvimiento activo, actitud motivadora y las decisiones tomadas basadas en un complejo y completo análisis, tratando de minimizar los riesgos, de esta manera la cooperativa debe asegurar que el emprendimiento sea lo esperado. Por otro lado, la dimensión con mayor nivel de valoración baja la obtuvo la creatividad e innovación, representada por el 17,1 %, lo que significa que los trabajadores tienen cierto problema de creación y de innovación lo que dificulta el aporte cultural a la institución cooperativa.

Resultados que guarda relación con lo mencionado por Benavides Camarillo (2019), quien concluyó que, la cultura del emprendimiento en México y Perú es un fenómeno que se vive desde varias décadas atrás, en donde los individuos con visión, actitud, creatividad y con mucho esfuerzo buscan la mejora en sus ingresos económicos logrando satisfacer, con la oferta de sus bienes, las necesidades de un mercado que requiere de productos y servicios con características muy específicas. En lo que respecta a la investigación muestra que aquellos individuos u organizaciones con la capacidad de crear, tener buena actitud y visión son los que logran posicionarse en el mercado, dejando atrás a sus competidores, pues tienen como base un nivel alto de cultura de emprendimiento. Asimismo, Camino & Aguilar (2017) mencionan que, los emprendimientos ecuatorianos que no generan impacto ni dinamismo son el casi nulo enfoque de internacionalización, acceso a fuentes de financiamiento, innovación de procesos y absorción tecnológica, así como la baja calificación de talento humano en negocios nacientes y nuevos; con la contradicción de ser en la región un referente en educación y formación pro emprendimiento.

El 68,6% de los trabajadores administrativos, manifestaron estar de acuerdo con los criterios establecidos con respecto a la visión empresarial percibida en la cooperativa, al nivel alto, le siguió el nivel medio, representada por el 22,9% de los trabajadores y por último el nivel bajo con el 8,6% de la muestra estudiada. Al analizar los resultados presentados, se infiere que, en términos generales, al igual que el nivel de cultura de emprendimiento, de cierta manera existe un resultado positivo para la cooperativa, porque la mayoría de los trabajadores lo percibieron como alto a la visión empresarial de la cooperativa. Sin embargo, también, se encontraron en menor medida, resultados pocos favorables (nivel medio con 22,9 %) y más lamentable aún (nivel bajo con 8%). Por lo tanto, como mencionan Romero-Parra et al. (2022) es importante que la organización plantee nuevas alternativas para cambiar estos valores, que son explicados según puntuaciones obtenidas según sus dimensiones; en la que obtuvo un mayor nivel, la dimensión orientación al futuro con el 74,3%, lo que trae como consecuencia las acciones y decisiones estratégicas que toma la organización para trazar objetivos, que al ser cumplidas ayuden a lograr las metas y con ello se haga realidad la visión empresarial de la institución. Y, por otro lado, la dimensión con mayor puntuación, pero de nivel de valoración bajo fue la dirección empresarial, representada por el 11,4 % de la muestra estudiada, lo que significa que existe deficiencia en el proceso de dirección institucional, lo que afectaría la gestión de la visión empresarial, como lo mencionan López-Lemus & Garza Carranza (2019).

Después de aplicar la prueba de normalidad, se justificó el uso del coeficiente de correlación de Spearman, en la que, según sus valoraciones obtenidas, se demostraron que las dimensiones de creatividad e innovación y consideración de riesgos tienen una relación positiva media con la visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami. Por otro lado, Bucardo Castro et al. (2015) mencionan que la dimensión comportamiento dinámico mantiene una relación positiva considerable con la visión empresarial, explicando que, los trabajadores administrativos de la cooperativa consideran que, la interacción activa y el desenvolvimiento con actitud positiva es un elemento importante y que se debe considerar para tener una visión empresarial congruente al éxito institucional, ya que este permite realizar acciones específicas que conlleva al dinamismo de la cultura de emprendimiento de la institución.

Al respecto Tobar Vera et al. (2019), en cuanto a la cultura de emprendimiento, mencionan que las escuelas profesionales deben ser las abanderadas en procesos formativos que generen una cultura del emprendimiento en sus estudiantes, puesto que como es conocido, muchos de ellos se encontrarán en la vida real, con un mercado laboral hostil, injusto y antropofágico, en el que muchas veces las oportunidades laborales están a merced de la injusticia y la inequidad, lo cual juega en contra de quien exhibe sus credenciales de profesional, creyendo que éstas inequívocamente le asegurarán una plaza de trabajo. De este modo, las personas, al momento de ingresar y ser parte de una institución como una cooperativa, aporte valor cultural y de emprendimiento compartiendo con ello la visión empresarial, logrando juntos cumplir con los objetivos y metas institucionales.

Finalmente, sobre el objetivo general de la investigación, se encontró que ambas variables mantienen una relación positiva considerable, pues el valor de Rho de Spearman fue de 0,704. Lo que refleja que la relación existente es lineal positiva y directamente proporcional, es decir, al aumento de valor de una de las variables, por consecuencia, también, aumenta la otra, generando un efecto significativo en los resultados. También, se constató que la relación es significativa en el nivel 0,01 es decir, que hay influencia de la cultura de emprendimiento en la visión empresarial de la Cooperativa Agraria Allami, puesto que, a mayor nivel de cultura de emprendimiento en la cooperativa, mayor será el nivel de visión empresarial de la institución y con ello tendrán mejores resultados (Romero-Parra et al., 2022).

## 5. CONCLUSIONES

Existe relación positiva considerable y significativa entre la cultura de emprendimiento y la visión empresarial en la Cooperativa Agraria Allami Cacao, encontrándose un Rho de Spearman igual a 0,704 y un nivel de significancia menor al margen de error ( $0,000 < 0,05$ ).

Existe relación positiva media entre las dimensiones de creatividad e innovación, consideración de riesgos y la variable visión empresarial, encontrándose valores de Rho de Spearman iguales a 0,689 y 0,651 respectivamente. Por otro lado, existe relación positiva considerable entre la dimensión comportamiento dinámico y la visión empresarial encontrándose un Rho de Spearman igual a 0,713.

Se debe considerar que la cultura de emprendimiento es un factor clave con la finalidad de fortalecer la visión empresarial de la cooperativa. Por lo tanto, se tendrá que intervenir en la implementación de estrategias comprobadas que ayuden a tener una mejor cultura emprendedora

Es necesario asegurar que la cultura de emprendimiento en la cooperativa esté alineada con la creatividad e innovación, consideración de riesgos y sobre todo el comportamiento dinámico, las cuales son elementos claves para tener una adecuada visión empresarial.

## FINANCIAMIENTO

Ninguno.

## CONFLICTO DE INTERESES

No existe ningún tipo de conflicto de interés relacionado con la materia del trabajo.

## CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES

Conceptualización: Cavero-Rojas, J. C.

Metodología: Cavero-Rojas, J. C.

Administración del proyecto: Cavero-Rojas, J. C.

Metodología: Cavero-Rojas, J. C.

Redacción - borrador original: Cavero-Rojas, J. C.

Redacción - revisión y edición: Cavero-Rojas, J. C.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asemokha, A., Musona, J., Torkkeli, L., & Saarenketo, S. (2019). Business model innovation and entrepreneurial orientation relationships in SMEs: Implications for international performance. *Journal of International Entrepreneurship*, 17(3), 425–453. <https://doi.org/10.1007/S10843-019-00254-3/TABLES/2>
- Benavides Camarillo, A. (2019). La nueva forma de hacer negocios un comparativo de la cultura del emprendimiento entre México y Perú. *La Vida & La Historia*, 0(7), 90–97. <https://doi.org/10.33326/26176041.2018.7.435>
- Bucardo Castro, M. A. A., Saavedra García, M. L., & Camarena Adame, M. E. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de Negocios*, 6(13), 98–107. <https://doi.org/10.1016/J.SUMNEG.2015.08.009>
- Camino, R. C., & Aguilar, A. E. (2017). Emprendimiento e innovación en Ecuador, análisis de ecosistemas empresariales para la consolidación de pequeñas y medianas empresas. *INNOVA Research Journal*, 2(9.1), 73–87. <https://doi.org/10.33890/INNOVA.V2.N9.1.2017.504>
- Chávez Vera, K. J., & Calanchez Urribarri, Á. (2022). Pensamiento estratégico para impulsar el emprendimiento en el contexto de la pandemia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(7), 572–588. <https://doi.org/10.52080/RVGLUZ.27.7.38>
- Colina Ysea, F., & Albites Sanabria, J. L. (2020). Aprendizaje e innovación: retos en las organizaciones del siglo XXI. *Desde El Sur*, 12(1), 167–176. <https://doi.org/10.21142/DES-1201-2020-0011>
- Delfín Pozos, F. L., & Acosta Márquez, M. P. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento & Gestión*, 40, 184–202. <https://doi.org/10.14482/PEGE.40.8810>
- Gallardo Medina, W. (2021). Gestión estratégica, factor clave para el éxito organizacional. *SUMMA. Revista Disciplinaria En Ciencias Económicas y Sociales*, 3(2), 1–24. <https://doi.org/10.47666/SUMMA.3.2.40>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta). McGraw-Hill.
- Ibarra Cisneros, M. A., González Torres, L. A., & Demuner Flores, M. del R. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 107–130. <https://doi.org/10.21670/REF.2017.35.A06>
- Keeler, G. R. (2020). *Establishing your Vision, Mission, and Strategy*. 15–18. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-46812-5\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-030-46812-5_3)

- León Mendoza, J. (2018). Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 19–33. <https://doi.org/10.18046/J.ESTGER.2018.146.2810>
- López-Lemus, J. A., & Garza Carranza, M. T. de la. (2019). Las prácticas de gestión empresarial, innovación y emprendimiento: factores influyentes en el rendimiento de las firmas emprendedoras. *Nova Scientia*, 11(22), 357–383. <https://doi.org/10.21640/NS.V11I22.1795>
- Magni, D. (2019). Profit Impact in Business Vision. *New Perspectives of Profit Smoothing*, 43–81. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-21286-5\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-030-21286-5_2)
- Mena Méndez, D. (2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediaciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. *Pensamiento & Gestión*, 46, 11–47. <https://doi.org/10.14482/PEGE.46.1203>
- Morales Guerrero, R. E., & Álvarez Aros, E. L. (2021). Innovación abierta como acelerador de competitividad y resultados empresariales, un estudio bibliométrico. *Revista Economía y Política*, 34, 1–16. <https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/REP/article/view/3473>
- Morelos-Gómez, J., & Fontalvo-Herrera, T. J. (2014). Análisis de los factores determinantes de la cultura organizacional en el ambiente empresarial. *Entramado*, 10(1). <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/entramado/article/view/3482>
- Romero-Parra, R. M., Romero-Chacín, J. L., & Barboza-Arenas, L. A. (2022). Relación entre perfil y visión emprendedora de los estudiantes universitarios. *RETOS. Revista de Ciencias de La Administración y Economía*, 12(23), 67–82. <https://doi.org/10.17163/RET.N23.2022.04>
- Saavedra-García, M. L., Camarena-Adame, M. E., & Vargas-Saenz, M. E. (2020). Una aproximación a los conceptos de emprendedor y emprendimiento social. *Revista Universidad y Empresa*, 22(39), 148–174. <https://doi.org/10.12804/REVISTAS.UROSARIO.EDU.CO/EMPRESA/A.7976>
- Tobar Vera, S., Mancheno Paredes, L., & Cruz Menéndez, E. (2019). La cultura del emprendimiento dentro de la formación universitaria. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 4(1), 110–118. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7368342>
- Torres Merlo, O. X., Uvidia Ramírez, K. M., & Carapas Revelo, A. E. (2021). Análisis del desarrollo y la cultura organizacional en microempresas familiares en el cantón Bolívar. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 8(3). <https://doi.org/10.46377/DILEMAS.V8I3.2669>
- Flores Valencia, E. A. (2015). *Repercusión del control interno en la gestión municipal de la Municipalidad Provincial de San Román* [Universidad Andina “Néstor Cáceres Velásquez”]. <http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/341>
- Ley N°27972 - Ley Orgánica de Municipalidades. (2020). Ministerio de Justicia. In *Sistema Peruano de Información Jurídica* (Vol. 30364, pp. 1–47). [https://www.congreso.gob.pe/Docs/GrupoTrabajo2016/Constitucion\\_ReformaElectoral/files/basel\\_egal/27972-municipalidades.pdf](https://www.congreso.gob.pe/Docs/GrupoTrabajo2016/Constitucion_ReformaElectoral/files/basel_egal/27972-municipalidades.pdf)
- Machín Hernández, M. M., Sánchez Vignau, B. S., López Rodríguez, M. L., & Puentes Álvarez, P. L. (2019). La gestión pública local como garante de la eficacia en la administración pública cubana. *Cooperativismo y Desarrollo*, 7(2). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2310-340X2019000200212](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2310-340X2019000200212)
- Marín Villada, A. L. (2008). *Método de la Investigación. Métodos y estrategias de investigación. Clasificación de la investigación*. <https://metinvestigacion.wordpress.com/>

- Rengifo Pérez, Á. S. (2018). *"Gestión Municipal y su relación con la Promoción Turística en el Gobierno Local de la provincia de Moyobamba, 2017"* [Universidad Cesar Vallejo].  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/30492>
- Rojas Morán, L. M. (2006). *Manual para la Gestión Municipal del Desarrollo Económico Local* (p. 192). OIT/Oficina Sub Regional para los Países Andinos, Proyecto Pres.  
[https://www.del.org.bo/info/archivos/manual\\_para\\_la\\_gestion.pdf](https://www.del.org.bo/info/archivos/manual_para_la_gestion.pdf)
- Romero Vásquez, C. F. (2017). *Gestión Municipal y la Participación Ciudadana en la Municipalidad Distrital de Huanchaco, 2015*. [Universidad Cesar Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/9087>
- Sotomayor Granda, M. F. (2018). Propuesta de difusión turística mediante herramientas web y estrategias de marketing digital. Caso de estudio: cantón Loja, Ecuador. *SIEMBRA*, 6(1).  
<https://doi.org/10.29166/siembra.v6i1.1717>
- Tobar Salinas, B. A., & Valencia Prado, F. M. (2020). *Plan de Promoción Turística para el Cantón San Miguel de Urcuquí* [Universidad Israel]. <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/2415>
- USAID. (2008). Instrumento para la autoevaluación de la Gestión Municipal. In *Grupo Gestor - GTZ/ISDEM/FUNDE* (pp. 11-17). <http://biblioteca.ribei.org/id/eprint/913/1/LIBROS-70.pdf>
- Valderrama Mendoza, S. (2013). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica: cuantitativa, cualitativa y mixta* (Editorial San Marcos (ed.); 2nd ed.)