



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE DOCTORADO EN GESTIÓN
PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD

Programa desarrollo empresarial para la calidad de las micro y
pequeñas empresas asociadas a la Cámara Peruana de Desarrollo
Empresarial – Piura

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Doctora en Gestión Pública y Gobernabilidad

AUTORA:

Huacchillo Pardo, Letty Angélica (ORCID: 0000-0003-2072-0622)

ASESORA:

Dra. Carbajal Llauce, Cecilia Teresita de Jesús (ORCID: 0000-0002-1162-8755)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Reforma y Modernización del Estado

PIURA – PERÚ
2021

DEDICATORIA:

A Luis, mi hijo, quién soportó conmigo el encierro, el miedo, la tristeza, la enfermedad y ver partir a nuestros seres queridos durante la pandemia.

Este trabajo es tuyo porque has sido y serás el amor de mi vida. ¡Te amo inmenso!

AGRADECIMIENTO:

Al Dr. Nicolás Valle Palomino, pues obró en mi cambios importantes como persona y profesional.

A mí misma, pues por encima del cansancio físico y emocional persistí en mi objetivo doctoral.

Y a Dios y la Virgen María, pues cuando dije ¡No! Ellos me dijeron ¡Sí!

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Págs.
Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	23
3.1. Tipo y diseño de investigación	23
3.2. Variables y operacionalización	24
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad de análisis	25
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	26
3.5. Procedimientos	28
3.6. Método de análisis de datos	29
3.7. Aspectos éticos	30
IV. RESULTADOS	32
V. DISCUSIÓN	41
VI. CONCLUSIONES	49
VII. RECOMENDACIONES	51
VIII. PROPUESTA	52
REFERENCIAS	63
ANEXOS	77

ÍNDICE DE TABLAS

	Págs.
Tabla 1: Integrantes de la división de mujeres de la CAPDEMP considerada como población de estudio.	26
Tabla 2: Diseño de propuesta de programa de desarrollo empresarial concluida la primera aplicación del cuestionario a las participantes de la investigación propuesta en la CAPDEMP – Piura.	33
Tabla 3: Ejecución de la propuesta de programa de desarrollo empresarial concluida la primera aplicación del cuestionario a las participantes de la investigación propuesta en la CAPDEMP – Piura.	34
Tabla 4: Distribución de la variable calidad de servicio y sus dimensiones, de las participantes de la investigación propuesta en la CAPDEMP - Piura después de la aplicación del programa de desarrollo empresarial, según nivel.	35
Tabla 5: Prueba Shapiro - Wilk de la variable calidad de servicio y sus dimensiones en la investigación propuesta en la CAPDEMP - Piura antes y después de la aplicación del programa de desarrollo empresarial.	36
Tabla 6: Prueba de rangos con signo de Wilcoxon para datos pareados de la variable calidad de servicio con sus dimensiones de las participantes de la investigación propuesta en la CAPDEMP - Piura antes y después de la aplicación del programa de desarrollo empresarial.	38
Tabla 7: Propuesta de programación de temas de trabajo que formarán parte del plan de acción para fortalecer la calidad de servicio de micro y pequeñas empresas asociadas a la CAPDEMP-Piura.	55
Tabla 8: Propuesta de diseño de secuencia de trabajo de la variable calidad de servicio.	57
Tabla 9: Propuesta de diseño de secuencia de trabajo del tema filosofía de servicio que forma parte de la dimensión necesidades del cliente.	58
Tabla 10: Propuesta de diseño de secuencia de trabajo del tema necesidades personales que forma parte de la dimensión necesidades del cliente.	59
Tabla 11: Propuesta de diseño de secuencia de trabajo del tema servicio deseado que forma parte de la dimensión expectativas del cliente.	60

ÍNDICE DE TABLAS

	Págs.
Tabla 12: Propuesta de diseño de secuencia de trabajo del tema servicio adecuado que forma parte de la dimensión expectativas del cliente.	61

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

	Págs.
Figura 1: Distribución de la variable calidad de servicio y sus dimensiones de las participantes de la investigación propuesta en la CAPDEMP - Piura antes de la aplicación del programa de desarrollo empresarial, según nivel.	32
Figura 2: Puntuación promedio las dimensiones de la variable calidad de servicio de las participantes de la investigación propuesta en la CAPDEMP - Piura antes y después de la aplicación del programa de desarrollo empresarial.	39
Figura 3: Puntuación promedio de la variable calidad de servicio de las participantes de la investigación propuesta en la CAPDEMP - Piura antes y después de la aplicación del programa de desarrollo empresarial.	40
Figura 4: Esquema de propuesta sugerida como plan de acción	52

RESUMEN

El objetivo general de la investigación realizada fue determinar la influencia de un programa de desarrollo empresarial en la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP- Piura. Su tipo fue aplicativo con un alcance descriptivo-explicativo y con un diseño experimental del tipo pre experimental, siendo realizado sobre una población de 15 micro y pequeñas empresas asociadas a una organización no gubernamental. La técnica utilizada fue la encuesta, validada por juicio de expertos y determinándose su confiabilidad a través del Coeficiente de Cronbach, antes y después de la ejecución del cuestionario que fue usado como instrumento para la recolección de datos, los cuales fueron analizados mediante los programas SPSS y Microsoft Excel 2010. Para la comparación de los resultados se utilizó la prueba de rangos con signo de Wilcoxon para datos pareados que arrojó un p-valor menor que 0.05 ($p < 0.05$), evidenciando que la calidad de servicio mejoró tras la ejecución del plan de acción propuesto, concluyendo la necesidad de diseñar estas intervenciones en función al perfil particular de los negocios participantes, adaptándose a la coyuntura en que se ejecutan y comparando la línea base sobre la que se inicia y donde se finaliza para establecer la retroalimentación respectiva.

Palabras clave: programa, calidad de servicio, desarrollo empresarial, MYPES, Piura.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the influence of a business development program on the quality of service of the micro and small business (MYPES) associated with CAPDEMP-Piura. Its type was applied with a descriptive-explanatory scope and with a pre-experimental experimental design, being carried out over a population of 15 micro and small business associated with a non-governmental organization. The technique used was the survey, validated by experts and its reliability was determined through Cronbach's alpha, before and after the execution of the questionnaire that was used as an instrument for data collection, which were analyzed using SPSS and Microsoft Excel 2010 programs. For the comparison of the results, the Wilcoxon signed-rank test for paired data was used, which obtained a p-value of less than 0.05 ($p < 0.05$), showing that the quality of service improved after the implementation of the proposed action plan, concluding the need to design these interventions according to the particular profile of the participating businesses, adapting them to the situation in which they are implemented and comparing the baseline on which it starts and ends in order to establish the respective feedback.

Keywords: program, quality of service, business development, MYPES, Piura.

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) a pesar de su dimensión o tamaño han sido y siguen siendo materia de estudio permanente debido a la importancia que representan para las sociedades donde se encuentran instauradas por el factor económico y las repercusiones sociales y laborales que producen.

En virtud de ello, en la 74^a sesión plenaria de la Asamblea General se instauró al 27 de junio como el Día de las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresas con el objetivo de reflexionar acerca del aporte que brindaban al desarrollo sostenible de las sociedades tomando en cuenta que para ese entonces, y aún hoy, eran consideradas entidades generadoras de una importante incubación de empleos e ingresos a nivel global (Asamblea General de las Naciones Unidas, 2017).

Según la Oficina Regional para América Latina y el Caribe, esta región en particular se caracterizó por una elevada presencia de MYPES, siendo alrededor de más de 10 millones frente al sólo millón de empresas medianas y grandes, las cuales generaban apenas el 19% de empleo, lo cual constituyó un freno a su evolución productiva y a la generación de puestos atractivos de trabajo en las sociedades de esta zona sur del continente americano (Organización Internacional del Trabajo, 2015).

Así mismo, con ocasión de la realización de la Cumbre Mundial del Emprendimiento que se llevó a cabo en Silicon Valley-Estados Unidos se señaló que las MYPES estaban íntimamente relacionadas al concepto del emprendimiento cumpliendo la función de promover el crecimiento y la creación de empleo a nivel local, desempeñando un papel protagónico al hacer frente a retos relacionados con su desarrollo, con especial énfasis en los aspectos ligados a la sostenibilidad y la prestación de servicios (Banco Mundial, 2016).

Teniendo en cuenta este panorama, Arellano (2017) señaló la relevancia que tenían aún para las micro y pequeñas empresas el hecho de afrontar el mercado en el que compiten con aspectos diferenciadores y de posicionamiento, considerando a la calidad de servicio como un factor

transversal, que hacía de ella una ventaja competitiva por excelencia pero muchas veces descuidada al no ser considerada trascendente en este tipo de negocios.

De igual forma, en los últimos años se hizo evidente resaltar que la actividad emprendedora ligada a las micro y pequeñas organizaciones se había venido caracterizando por una mayor presencia y participación de mujeres a cargo de estas, quienes a nivel internacional obtuvieron una figura protagónica que demostraba lo que podían lograr en el sector empresarial independientemente de su género y las condiciones en que podían desenvolverse (Hablich et al., 2018).

Sin embargo, la pandemia relacionada a la COVID-19 trastocó todo el avance que se venía logrando a favor del fortalecimiento de las MYPES, que tenían en el uso de medios de comunicación digitales masivos la oportunidad de cobrar mayor visibilidad a nivel global, afectando seriamente su continuidad económica por las restricciones sociales que se implementaron en la mayoría de países a nivel mundial, siendo el distanciamiento social quizás la más dura de contrarrestar al momento de asegurar su supervivencia (Vargas et al., 2021)

Para contrarrestar esta situación de dominio internacional, el Gobierno Peruano desarrolló una serie de políticas públicas que procuraron incentivar el crecimiento y formalización de las MYPES, sobre todo en tiempos de la entonces agresiva pandemia, colocando mucha atención en la corriente del emprendimiento y la innovación a través del Programa Nacional de Innovación para la Competitividad y Productividad o Innóvate Perú (Ministerio de la Producción, 2020).

Para las MYPES en general, el apoyo gubernamental fue fundamental y muy exigido, pero según Jorge Ochoa, presidente del Gremio de la Pequeña Empresa de la Cámara de Comercio de Lima, los programas como Reactiva Perú y el Fondo de Apoyo Empresarial a la MYPE (FAE-MYPE) no lograron la cobertura esperada debido a que un importante porcentaje de MYPES no cumplían con el perfil para acceder a dichos programas (Tineo, 2020).

Piura región no fue ajena a dicha coyuntura, siendo uno de los departamentos más golpeados por la pandemia y donde la población pareció no entender la gravedad de las repercusiones que la misma trajo, sumado además al factor Fenómeno del Niño o Niño Costero, que siempre había representado un peligro para su desarrollo (Ayuda en Acción, 2019).

Así, la economista Brenda Silupú de la Universidad de Piura, señaló que el 73% de las MYPES no accedieron a los beneficios del financiamiento para su reactivación por la falta de políticas integrales que las hubieran hecho más visibles en el panorama económico y empresarial al inicio y durante la crisis sanitaria (Belletich, 2020).

Por otra parte, aunque Piura a nivel nacional fue uno de departamentos con menor porcentaje de individuos propietarios de algún negocio (34.6%), por su ubicación geográfica generó una tendencia favorable al impulso de emprendimientos, destacándose que pertenecer a alguna organización que promueva la fuerza emprendedora, posibilitó el llevar adelante a sus negocios (Mendoza, 2018), como fue el caso de la Cámara Peruana de Desarrollo Empresarial (CAPDEMP). Esta entidad piurana no lucrativa creada en el 2017, tenía como objetivo principal fortalecer las capacidades de gestión de las micro, pequeñas y medianas empresas de la región, entre las cuales se encontraba la división de mujeres emprendedoras, que trabajaba de manera especial por el empoderamiento y liderazgo femenino.

Sin embargo, se pudo observar que las MYPES asociadas a esta división presentaban deficiencias en su concepción y estructura, derivadas de la carencia de recursos académicos, técnicos y financieros constituyéndose en oportunidades de mejora que impactarían en su capacidad administrativa, gestión contable, de talento humano, aprovechamiento de tecnologías de la información y calidad de servicio, es decir, en su modelo de negocio (Ponce y Zevallos, 2017).

Entre las causas relacionadas a lo observado se resaltaron los resultados de la primera encuesta nacional de empresas (INEI, 2016) donde se determinó que la informalidad era el principal factor que limitaba el crecimiento

de las empresas (39,5%). Informalidad que se evidenciaba, para el caso de las MYPES asociadas a la CAPDEMP, en la carencia de bases sólidas empresariales sobre todo a nivel de políticas calidad y de servicio al cliente.

De no resolverse esta situación en el plazo más próximo, las MYPES asociadas a la CAPDEMP seguirían siendo emprendimientos que no lograrían crecimiento ni consolidación, quedando solamente como intenciones de empresas invisibles para el radar económico del gobierno al ser poco relevantes para el contexto empresarial nacional (Ramírez y Campos, 2020)

Teniendo en cuenta la problemática señalada se propuso como proyecto de estudio la realización de una investigación aplicada para la elaboración de un programa de desarrollo empresarial que permitiera optimizar la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP – Piura.

Para tal fin se formuló la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo un programa de desarrollo empresarial influye en la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP – Piura, 2021?

De esta manera, la justificación de la presente investigación se encontró principalmente en la relevancia social del estudio pues no solamente fue trascendente para las MYPES de la CAMPDEMP, sino que a su vez los resultados obtenidos en el mismo podrían beneficiar a otros emprendimientos que tengan características similares a estas, así como la necesidad de impulsar el desarrollo empresarial de sus organizaciones teniendo como factor eje a la calidad de servicio.

Así mismo, la investigación fue importante por sus implicaciones prácticas pues colaboró en la consolidación empresarial a través de la posible mejora de la calidad de servicio en las MYPES asociadas a la CAMPDEMP; además, contribuyó a la actualización de las variables de estudio en un incierto contexto económico y social tras la ocurrencia de la crisis sanitaria COVID-19, estableciendo una nueva ruta para el análisis y estudio de las MYPES en un inhóspito panorama mundial (Hernández et al., 2014).

De esta manera se estableció como objetivo general de la investigación a determinar la influencia de un programa de desarrollo empresarial en la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP – Piura y como objetivos específicos para su logro a: *evaluar* a las participantes de la CAPDEMP antes de la aplicación del programa de desarrollo empresarial; *diseñar* el programa de desarrollo empresarial para la mejora de la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP; *ejecutar* el programa de desarrollo empresarial orientado a la mejora de la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP y, finalmente, *calificar* a las participantes de la CAPDEMP después de la aplicación del programa de desarrollo empresarial.

En correspondencia al objetivo general planteado se determinó como hipótesis de la investigación realizada a que la aplicación de un programa de desarrollo empresarial influía significativamente en la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la Cámara Peruana de Desarrollo Empresarial – Piura y como hipótesis nula a que la aplicación del programa de desarrollo empresarial no influía significativamente en la calidad de servicio de las MYPES asociadas bajo estudio.

II. MARCO TEÓRICO

Concluida la presentación del planteamiento del problema a continuación se detallan las investigaciones previas y elementos teóricos generales y específicos que se relacionaron con la investigación realizada.

Silvera et al. (2016) determinaron que la exclusión económica y social en Medellín – Colombia afectaba el acceso a oportunidades económicas, generando niveles de pobreza de al menos de 60% y de informalidad al 54,6 %, concluyendo que los centros de desarrollo empresarial tenían la necesidad de implementar estrategias de gestión integral, resaltando la importancia de contar con un presupuesto propio que permita su continuidad en el tiempo, favoreciendo la cultura del emprendimiento entre sus agremiadas, convirtiendo así a este concepto en un aspecto vital para para el impulso de este tipo de organizaciones, a la par de la tecnología así como de lo económico y social.

De igual manera, Cordoba et al. (2018) en su investigación *Creatividad e innovación: Motores de desarrollo empresarial* evidenció la importancia de generar nuevas ideas y propuestas de mercadeo en base a los factores de creatividad e innovación que generen productos y servicios atractivos para los clientes aún en entornos adversos caracterizados por la crisis de lo económico, la ácida guerra comercial y el cambiante panorama financiero, concluyendo que el cultivo de estos promueven el crecimiento comercial, económico y social de las organizaciones.

En ese sentido, Cantillo et al. (2019) resaltaron que uno de los aspectos que generaban ventaja sobresaliente a los negocios colombianos durante su evolución era el servicio, el cual se asociaba a cinco dimensiones (confiabilidad, la seguridad, elementos tangibles, empatía y capacidad de respuesta y sensibilidad), las cuales se hacían más o menos relevantes en función al contexto de la empresa que lo aplicara, concluyendo que los clientes valoran el conocimiento de los empleados, la ubicación segura de los puntos de venta, la confianza percibida por los clientes respecto de los empleados, los tiempos de respuesta, la infraestructura adecuada y, por otro lado, resienten una atención inadecuada por lo que es necesario capacitar de manera

constante al recurso humano respecto de las necesidades de atención de los clientes.

Por otro parte en Indonesia, Sulisty et al. (2020) demostraron la importante influencia que la orientación empresarial y el capital social ejercen sobre las capacidades de innovación y desempeño de las PYMES, aunque sean muy pequeñas como las de tipo artesanal, a la par de otros aspectos largamente estudiados al interior de este tipo de organizaciones como la mercadotecnia y las finanzas, contribuyendo a la generación de ventajas competitivas que las puedan distinguir y potenciar dentro del cambiante y retador mercado en el que se desarrollan, concluyendo que la capacidad de innovación tiene una significativa influencia sobre la mejora del desarrollo empresarial de las mismas y mientras más presentes estén mayor y mejor será el impacto que produzcan en su crecimiento, atendiendo los riesgos que surjan.

Además, Musah et al. (2018) en Ghana identificaron que la rentabilidad y el crecimiento de las empresas de escala pequeña y mediana en ese país africano dependían en gran medida de la mejora de la gestión financiera, sobre todo en lo relacionado a prácticas financieras y de administración del capital trabajo, concluyendo que las empresas deben poner especial acento a la promoción de dichas prácticas para mejorar el desempeño financiero que asegure su desarrollo empresarial más conveniente en sintonía con un correcto manejo del efectivo.

Así mismo, en el estudio realizado por Meyer y Meyer (2017) los resultados resaltaron la importancia del papel del gobierno para la promoción de condiciones macroeconómicas estables generando políticas de promoción a las MYPES, como las sudafricanas, en épocas de bajo crecimiento y de asociaciones que promuevan el desarrollo empresarial y la competitividad, concluyendo que estas pueden contribuir significativamente al crecimiento y desarrollo económico de las mismas y por ende de los países donde se encuentren.

Luego en Colombia, Rojas et al. (2020a) evidenciaron la importancia que tenía al interior de las micro y pequeñas organizaciones barranquilleras aspectos como la rapidez del servicio en un 84%, las condiciones físicas en que se brindaba dicho servicio en un 90%; la oferta de alternativas y variedad en los servicios en un 82%, haciendo que dicha oferta lograra que las PYMES bajo estudio se diferenciara de otras en un 80%, concluyendo que los elementos de la calidad de servicio contemplaban principalmente a las necesidades y expectativas de los clientes como elementos claves para asegurar que el proceso de atención sea óptimo a través de la oferta de un servicio de alta calidad.

En contraposición, Pincay y Parra (2020) establecieron en Ecuador a través de la revisión de 13 estudios relacionados al tema de calidad y su gestión en las PYMES que las empresas pequeñas y medianas carecen de la noción básica del concepto e impacto de la calidad de servicio en sus organizaciones pues se subvaloraban como tales, desconociendo el importante papel que tenían dentro de la economía del vecino país, descuidando sobre todo el aporte que brindaban sus colaboradores a sus organizaciones al momento de ofrecer sus productos o servicios al público consumidor por la ausencia o desconocimiento de protocolos de atención y de empatía con la clientela.

En efecto, la filosofía de servicio fue resaltada en la investigación de Serrano et al. (2017) como un aspecto crucial en la organización de las empresas familiares micro y pequeñas mexicanas y colombianas, las cuales guardan gran similitud con las de Perú, mostrando en sus resultados que: el 64% de las MYPES bajo estudio estaba de acuerdo en compartir aspectos directivos (misión, visión y valores) con sus empleados, mientras que el 78% realizaba actividades de planificación de presupuestos y un 70% ejecutaba acciones de planeación de objetivos y metas orientadas a fortalecer su permanencia en el mercado.

A nivel nacional, el estudio de Alva (2017) realizado sobre las microempresas peruanas ubicadas específicamente en el Cercado de Lima, señaló como factores de mortalidad de las MYPES a la alta cantidad de competencia y la falta de un plan de negocio, concluyendo la necesidad de profundizar la búsqueda de factores que realmente impacten en la continuidad de las empresas, es decir, en su crecimiento y desarrollo, teniendo en cuenta la predilección de las MYPES por las actividades comerciales y de servicios frente a las de tipo manufacturero por la facilidad de la gestión para su apertura y su mínima inversión, que podrían considerarse como factores que también propiciaban su cierre cuando sus ventas no lograban despegar, afectando directamente sus ingresos y, por ende, su existencia.

Así mismo, en la investigación realizada por Mundaca et al. (2019), que plantearon la implementación de un centro de desarrollo empresarial a través de la aplicación de un modelo conceptual en la Región de Lambayeque orientado al impulso de las MYPES de esta zona, los principales resultados puntualizaron que era necesario impulsar la investigación de y hacia las MYPES para potenciar el desarrollo tecnológico y la innovación que permita su sostenibilidad, necesitándose del compromiso del estado, del sector privado, la sociedad civil y la academia, concluyendo que cualquier modelo de desarrollo empresarial más que teórico debe ser aplicativo y basado en la investigación del comportamiento y tendencias de este tipo de organizaciones, determinando que efectivamente la calidad y productividad cuando se destacan generan que las organizaciones generen mayores réditos a nivel de gestión.

Por otra parte, Paredes et al. (2019) en su investigación realizada sobre MYPES de Madre de Dios, en la amazonia peruana, dedicadas al rubro de aserradores del sector forestal, determinaron que los factores que inciden en el crecimiento de las MYPES son las fuentes de financiamiento, el vínculo con otras MYPES, el proceso de planificación y la instauración de estrategias en la solución de conflictos; concluyendo, por otro lado, que los factores que tenían influencia negativa en las MYPES eran: el tiempo de operación de la microempresa, la planificación y los niveles bajos en investigación y la innovación, mientras que los de forma positiva lo eran la estabilidad laboral y la capacitación del personal.

Así mismo, Ramos (2020) en su estudio realizado en la provincia de Sullana en la Región Piura mostró que el 26% de MYPES creían que el crecimiento de ventas medía su desarrollo como tales; el 100% definía sus objetivos para planificar la calidad de sus productos; el 100% desarrollaba un plan de formación que permitía contribuir con el crecimiento y la mejora competitiva y el 85% establecía periodos para seguir los procesos de elaboración de sus productos, determinando que los empresarios consideraban que eran competitivos, pero recibían trabas para poder consolidarse.

Es así que para abordar el estudio del desarrollo empresarial y la calidad de servicio se tuvo a bien considerar como factor transversal y referente a aquellas teorías relacionadas a las corrientes del emprendimiento por las implicancias que generó hasta el momento de la realización del presente estudio en la promoción y desarrollo de las MYPES, así como su asociación a la satisfacción de los clientes, a través de diversos factores, entre ellos, la calidad de servicio.

Según Chu, citado por Terán y Guerrero (2020), las corrientes psicológicas, sociológicas, económicas y de gestión empresarial han permitido desde años atrás el estudio del fenómeno emprendedor, considerando las diferentes perspectivas que lo envuelven y la relevancia que cada una de estas ha generado desde su perspectiva, acentuando la característica de multidimensionalidad de este concepto, respondiendo a preguntas tales como qué lo causa, qué efecto provee y cómo es que ocurre. Por ello, desde el punto de vista de la gestión empresarial se pudo considerar a las teorías basadas en oportunidades, en los recursos, en el capital financiero y la liquidez, en el capital social o red social y en la del emprendimiento del capital humano como aquellas que abordaban y explicaban a la corriente del emprendimiento, involucrando cada una de ellas al desarrollo de capacidades y de gestión de recursos de los encargados de su conducción.

Así, Castro et al. resaltaron, de todas las teorías asociadas a la gestión empresarial, a la teoría del capital humano tomando como sustento que: “los estudios realizados demuestran que existe una fuerte relación entre capital humano, el emprendimiento, el desarrollo y crecimiento económico” (2017, p. 3), afirmando que dicho crecimiento depende de la forma en que la gestión

empresarial se oriente, entendiendo al capital humano como el conjunto de conocimientos que los conductores de las empresas obtienen a través de la educación que formalmente adquieren y la experiencia que desarrollan durante su ejercicio empresarial estableciendo el perfil que los identifica y que potencia el desarrollo de sus organizaciones.

Por ello, con el transcurso del tiempo y desde la entrada en vigencia de este concepto, se ha podido determinar que puede ser aplicado en diversos tipos de organizaciones resaltando siempre a la educación como el eje transversal que promueve al mismo en las personas y coadyuva al hecho de asumir con mayor experiencia los retos que la globalización ofrece en diversos escenarios, entre ellos, el empresarial con sus propias particularidades y según el contexto económico en el que se desarrollan, incluyendo a las micro y pequeñas empresas (Medina, 2019).

De esta forma, la teoría del capital humano comprobó según Becker - citado por Sandoval y Hernández (2018) - que el manejo del conocimiento por parte de los responsables impacta en la productividad de las organizaciones, teniendo a los trabajadores como actores principales que impulsan su crecimiento, surgiendo una especie de simbiosis entre el capital humano y el físico que tributan a la producción de bienes y servicios de calidad en función de la inversión que se realice, impactando en la economía de las empresas y las sociedades donde se desarrollan.

Además de la educación adquirida de manera formal, hay otros aspectos que dinamizaron la definición práctica del capital humano, tales como la experiencia que los propietarios adquieren al frente de las empresas, sumados al conjunto de capacidades o habilidades que desarrollan de menor a mayor medida como parte de ese ejercicio, generando que el rendimiento de las organizaciones empresariales sea positivo a nivel de microempresas y se extienda durante su evolución impactando en su desarrollo empresarial (Beltramino et al., 2020).

Kucharčíková et al. (2018) indicaron que el desarrollo empresarial tiene como base a la aplicación del capital humano, el cual actúa como un elemento

catalizador que impulsa, en aquellas empresas que han adoptado la teoría aspectos tales la competitividad y la sostenibilidad que, a la par del desarrollo empresarial, actúan como indicadores de gestión de las empresas, valorando el conocimiento que se posee, enfocándose en la sistematización del desarrollo y del fortalecimiento empresarial en vinculación con las estrategias que creen las empresas.

Por otro parte, la teoría del capital social o red social, vinculada también al estudio del emprendimiento empresarial y su gestión, resaltó que las empresas son escenarios perfectos para generar capital social ya que los integrantes de su entorno privilegian el logro de objetivos comunes sobre los individuales, siendo la confianza mutua un elemento clave para la promoción del necesario trabajo en equipo, el cual potencia las relaciones que surgen al interior de la organización pero también al exterior de la misma y hacia otras a manera de redes de comunicación colaborativas (Bretos et al., 2018).

De esta manera, el concepto de capital social fue asociado con la teoría de redes, pues de hecho se derivó de él, siendo dimensionado en tres aspectos claves: las redes, la confianza y las normas sociales (Vásquez, 2018), que permitieron definirlo como la fuerza cooperativa que exhiben los miembros de una organización, tangible en la práctica de valores, abocada al logro de los objetivos de carácter individual y comunitario y que se extienden al macro entorno de la empresa generando las conexiones necesarias con otras que permiten la potenciación de su desarrollo empresarial (Ayaviri et al., 2017).

En efecto, la teoría de redes valoró lo que una empresa puede lograr cuando cuida y explota su patrimonio (monetario y cualitativo) y extiende sus beneficios a toda la organización, rescatando aquello que el exterior pueda brindarle a través de la formación de contactos que la integren a organizaciones similares que lejos de competir por competir les ofrezcan respaldo, el cual es de ida y vuelta (Buta, 2016), tal cual lo hacen las asociaciones, las cooperativas o los grupos empresariales que promueven el crecimiento empresarial.

Sin embargo, era importante destacar que el sólo hecho que las organizaciones formarán relaciones internas en su entorno y externas al mismo no garantizaban que las mismas generen beneficios permanentes pues de hecho se necesitaba que estas relaciones sean constantes y perfeccionadas en cada interacción de manera que el capital social que se generaba gracias a estas conexiones se fortaleciera, sosteniéndose en el tiempo y generando real impacto en el crecimiento y desarrollo empresarial de las organizaciones que lo promovieran como estrategia y como ventaja competitiva (Cevallos, 2019).

En ese orden de ideas, aspectos como crecimiento, desarrollo y sostenibilidad empresarial devinieron o se relacionaron con la definición y análisis del concepto de gestión empresarial, ya que este se implementó en el tiempo considerando los aportes individuales de sus conductores y su grado de asociación con el entorno, garantizando de esta forma el logro de un adecuado nivel de competitividad en las organizaciones dentro de sus respectivos mercados de acción (Pereira, 2019), incluyendo en este alcance a las micro y pequeñas empresas y la calidad de servicio que necesitaban impulsar.

Dado esta coyuntura, se hizo difícil distinguir lo que finalmente hacía referencia el término de desarrollo empresarial por los delgados límites que presentó con otras definiciones importantes como innovación, emprendimiento, crecimiento, sostenibilidad y demás relacionadas a la evolución de las empresas como las MYPES, a las cuales se les ha estigmatizado como entes de impulso o de limitación para el desarrollo económico de los países donde su presencia, por lo general, supera largamente a la de medianas y grandes empresas, siendo esto vital para su fortalecimiento (Achtenhagen et al., 2017).

En este contexto, para Hernández et al. (2018a) un aspecto que logró marcar la diferencia entre una empresa que evoluciona y otra que no, es la gestión de la calidad a nivel organizativo, la cual se ha constituido como aquel conjunto de habilidades que potencian el crecimiento y consolidación de las empresas, permitiéndoles adquirir un identidad particular que las diferencia de las otras, donde la atención al cliente adquiere un rol crucial, valorado por los consumidores y de la cual existen varios modelos factibles de ser adaptados a cualquier tipo producto o servicio.

Entre los modelos existentes relacionados a calidad de servicio, la escala SERVQUAL y la escala SERVPERF, derivada de la primera, han sido los más aceptados y populares en su uso por las ventajas que ofrece al momento de medir los principales atributos relacionados al servicio al cliente a través del uso de las percepciones y las expectativas, así como por la facilidad de su implementación (Duque y Palacios, 2017), lo que no ha significado que puedan ser los únicos a utilizarse, pues la calidad de servicio es un concepto bastante flexible de ser calificado y cuantificado.

El modelo SERVQUAL, de origen americano, proponía medir la calidad de servicio a partir del establecimiento de cinco dimensiones: confianza y empatía; fiabilidad; responsabilidad; capacidad de respuesta y tangibilidad, las cuales permitían a las empresas que lo aplican asegurar la gestión de la calidad utilizando como base el parecer del cliente sobre los productos y la forma como estos eran ofrecidos para su presentación y venta (Reyes et al., 2019). Otros modelos diferentes al SERVQUAL igual han sido válidos en función su adaptabilidad a la realidad y magnitud de cada organización.

Por consiguiente, se hizo preciso establecer las definiciones de desarrollo empresarial y calidad de servicios aterrizados al tipo de MYPES que iban a estar bajo estudio en la investigación desarrollada.

Así, Gonzáles y Becerra definieron al desarrollo empresarial como: “un concepto integrador que articula diversos elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos, logrando un impacto positivo en las entidades mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano” (2019, p. 11).

De esta manera, la carencia de experiencia adquirida y conocimientos formales sobre cómo lograr este desarrollo originaron un impacto negativo en las empresas cuando su gestión es dirigida de manera empírica y con un norte basado en factores como el azar, la oportunidad o el derecho que tiene todo ciudadano a hacer empresa como juzgue conveniente (Tapia et al., 2020).

Es así que la gestión del conocimiento ha sido trascendental para el logro de desarrollo empresarial al ser un elemento estratégico que los conductores de las empresas (dueños o gerentes) utilizan como parte de un proceso integral que se debe emprender del interior al exterior de las organizaciones (Huilcapi y Mora, 2017); así como también lo son los procesos administrativos, los cuales influyen en la gestión empresarial y el éxito de las organizaciones y, por tanto, pueden ser considerados como factores que tributan al desarrollo de las empresas (Calderón et al., 2018).

Para Mendoza (2017) los procesos administrativos, también forman parte de la gestión empresarial y pueden ser definidos en relación a las funciones del proceso de administración como lo son: la planeación, la organización, la dirección y el control, las cuales conjugadas con la aplicación de innovación en las organizaciones permiten las transformaciones necesarias para mejorarlas y hacerlas más competitivas en el mercado, generando la propuesta de nuevos modelos de negocio que se adapten a las necesidades de ese mismo mercado.

La planeación refiere la necesidad de establecer los aspectos iniciales previos a cualquier actividad administrativa que permita generar la necesaria hoja de ruta que guíe hacia el logro de objetivos y metas establecidos en base a la asignación de recursos y programación de acciones. Luego, la organización concretiza lo planificado a través del establecimiento de quiénes asumirán las acciones planteadas con sus respectivos recursos, determinando niveles de responsabilidad y decisión que recaen en áreas y/o personas (Mora et al., 2016), por dichas características ambas funciones son consideradas la parte estática u operativa del proceso administrativo.

Por otro lado la dirección, asociada siempre a los aspectos de motivación y liderazgo, es una función estratégica que permite a los conductores de las empresas establecer la parte activa del trabajo a desarrollar al interior y exterior de la organización a fin de crear ventajas competitivas que les permitan destacar en medio de un entorno cambiante a través de la toma de decisiones que apunten al cumplimiento de los objetivos y metas planteadas en la etapa de planificación (Burbano, 2017).

Entre los elementos que pueden formar parte de la función de dirección se puede resaltar a la comunicación la cual - al igual que el factor humano, la responsabilidad y la autoridad - contribuyen al logro de los objetivos organizacionales, pues por el carácter más íntimo y particular de esta función, se facilita que los conductores de las empresas se relacionen con mayor cercanía a sus colaboradores promoviendo la resolución de problemas que puedan surgir apoyados en la motivación y la coordinación de todos los miembros y elementos de la organización (Acosta y Jiménez, 2020).

En ese sentido, la comunicación interna que surge en las organizaciones comprende según Pazmay Ramos: “la transmisión de la información necesaria para la realización de las tareas y aquella relacionada con aspectos personales de los miembros” (2018, p. 2705); por tanto este elemento posibilita de menor a mayor grado la siguiente fase del proceso administrativo, el control, pues permite la transferencia de todo aquello que en una organización es importante de entender y, luego, verificar, para lo cual se vale de diversos elementos tangibles y no tangibles.

Así, el control, última fase del proceso administrativo, no lo cierra sino que lo reinicia ya que permite precisamente la regulación de lo actuado a través de la medición, la necesaria corrección y la retroalimentación de aquello que aleja a la organización del cumplimiento de sus objetivos por las desviaciones propias que planificado y permitiendo la mejora continua (Mero-Vélez, 2018).

Entonces, el desarrollo empresarial puede catalizar del espectro organizacional a:

Diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos. Elementos como crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación. Es un concepto integrador con el que se puede lograr un impacto positivo en las organizaciones mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano. (Delfín y Acosta, 2016, p. 187)

Es así como han tomado sentido diversos estudios que relacionan el concepto de desarrollo empresarial con aspectos tales como emprendimiento, innovación, crecimiento y sostenibilidad, pues dichos factores generalmente se conjugan para impulsar el logro del mismo a nivel organizacional en las empresas.

Según Velásquez et al. (2018), la innovación era un factor de alta relevancia para el desarrollo de las organizaciones empresariales, el cual ha dejado de ser opcional e involucra a aspectos tecnológicos y de tipo comercial pudiendo provenir del interior o del exterior de la empresa y manifestándose en actividades tales como: la investigación y el desarrollo; la gestión del conocimiento, tecnologías, diseño de productos y/o servicios, comercialización y formación empresarial, las cuales de manera particular o combinada apuntan a la mejora de la productividad de las empresas.

Anuado a esto es importante resaltar que la innovación no se ha restringido a las mejoras tecnológicas que se puedan implementar, sino también al logro de cambios que han ido desde la estructura hasta el posicionamiento externo que la empresa logre a través de factores como el marketing (Cano et al., 2018), orientados siempre a la diferenciación de los productos y servicios que las empresas ofertan, sobre todo en emprendimientos de etapa temprana que buscan generar estrategias competitivas accesibles para maximizar su productividad y evolucionar.

Así como la innovación, el emprendimiento es una corriente con marcada presencia en la actualidad y asociado con el concepto del desarrollo empresarial. Este tiene sus bases en el denominado espíritu empresarial propuesto por Schumpeter, citado por Mehmood et al. (2019), el cual se sugiere es una especie de precursor de lo que hoy se conoce como emprendimiento caracterizado por su dinamismo y, donde una vez, la innovación entra a tallar al momento de generar nuevos productos y procesos por parte del empresario a cargo de éstos.

De eso se ha desprendido que el emprendimiento puede encontrar múltiples definiciones que abarcan no sólo el empresarial, aunque este sea el

más resaltado, ya que sugiere una visión amplia en la que tanto un hombre como una mujer pueden mostrar sus capacidades para llevar a cabo una tarea o actividad de forma muy propia y particular en cualquier sector que lo decidan, entre ellos el de la creación de negocios, generando beneficios personales, societarios y sociales en un medio plagado de incertidumbres y riesgos que deben asumir implementando estrategias creativas, innovadoras y empíricas (Arteaga et al., 2020)

Al hablar entonces de desarrollo empresarial también es necesario resaltar el aspecto de crecimiento pues, frecuentemente, ambos conceptos se asocian; sin embargo, podría considerarse que este último es producto de la acción de administrar que se da al interior de las organizaciones, la cual - basada en la creación y aplicación de estrategias particulares o coyunturales - se orienta al cumplimiento de los objetivos y metas que las empresas han establecido para lograr su natural evolución (Aguilera y Virgen, 2016), la cual debería ser sostenida en el tiempo.

Precisamente la sostenibilidad es otro concepto que se deriva del desarrollo empresarial que los emprendedores buscan lograr producto del crecimiento que experimentan. Este concepto permite caracterizar a las empresas como aquellas organizaciones que se esfuerzan por lograr el éxito de sus operaciones a través de una gestión que impacte en la sociedad en la que se desarrollan de manera clara y responsable en lo ambiental, lo social y lo económico (Bernal, 2018).

De esta manera, una adecuada gestión administrativa de los elementos que los emprendedores consideren se adecuan más a su modelo de negocio puede impactar positivamente en el desarrollo empresarial, aun cuando estén en la etapa más temprana de su emprendimiento, teniendo como base al proceso administrativo, pero también rescatando aspectos tan básicos como el trabajo en equipo y la atención al cliente (Ramírez et al., 2017) para lo cual de hecho hoy en día pueden capacitarse de forma libre (a través de internet) o más formal (a través de programas de fomento al desarrollo).

Las MYPES son los emprendimientos que por excelencia son estudiados de manera constante por su coyuntura que cambia y adapta al entorno en el cual se desarrollan pues generalmente surgen de ideas creativas y hasta irreverentes en lo que se refiere a su creación y constitución, generando estrategias que rompen con los esquemas de lo tradicional, funcionando algunas veces y fracasando otras, pero aportando a la economía personal, familiar y social, de ahí su gran presencia y, por ende, mayor conexión con sus clientes, lo que se constituye como una ventaja (Borja et al., 2020).

Esta ventaja de las MYPES debe ser sustentada en el tiempo para que no se convierta precisamente en su debilidad, siendo la calidad el concepto que todas las empresas, incluyendo las micro y pequeñas empresas, buscan lograr pero que antes deben entender, para poder instaurarla como una cultura muy propia de su organización y de su funcionamiento, sin perder el norte principal: generar rentabilidad con productos y servicios de calidad que haga que los clientes estén satisfechos en un mercado que cambia vertiginosamente en base a las llamadas tendencias (Hernández et al., 2018b).

La calidad de servicio, como el desarrollo empresarial, puede tener muchos ángulos para su definición pues se asocia con conceptos tales como la propia calidad, la satisfacción y la percepción, los cuales en su conjunto se relacionan o asocian al momento de realizar estudios dirigidos a entender el comportamiento de los consumidores frente a los productos y servicios que las empresas les ofrecen, la manera como se les ofertan y cómo reaccionan frente a la interacción con sus proveedores, presentándose de manera diversa y muy subjetiva dependiendo del mercado en que se mida (Bustamante et al., 2019).

Al respecto, la calidad de servicio es también un concepto que integra tanto a la evaluación de elementos tangibles (como los productos) como intangibles (como los servicios) pues: “se manifiesta como la evaluación del servicio en negocios de servicios y de productos que involucran alguna forma de servicio en la atención al cliente” (Vera y Trujillo, 2018, p. 2).

Por tanto, en lo que concierne a la calidad de servicio son los clientes quienes actualmente se constituyen como el elemento que permite su medición, retroalimentación y mejora, pues estos reconocen el papel que juegan habiendo pasado de la figura de simples consumidores pasivos a consumidores activos que pueden y logran afectar el comportamiento de las empresas, en lo que corresponde a la mejora de su rentabilidad, crecimiento y sostenibilidad, considerando como elementos imprescindibles de la calidad de servicio a las necesidades y las expectativas de los clientes (Rojas et al., 2020b).

Respecto de las necesidades de los clientes, Duque et al. (2016) refirieron que éstas pueden ser entendidas a partir del reconocimiento de aquello que el consumidor requiere respecto de los productos y servicios que la empresa ofrece y que esta debe establecer en función de haber primero escuchado lo que los clientes necesitan y, luego, entendido esos requerimientos, llevarlos a la práctica, orientándose siempre a la mejora continua de dichos productos y servicios, volviendo esa práctica parte de su cultura empresarial.

Así, dentro de las dimensiones que involucran a las necesidades de los clientes se puede mencionar a la filosofía de servicio y las mismas necesidades personales de los clientes, como factores claves que permiten su satisfacción (Rojas et al., 2020c), siendo así que la filosofía de servicio debe constituirse como parte de la filosofía de cualquier empresa, la cual procura lograr el equilibrio entre las necesidades de los clientes internos (colaboradores) y los externos (consumidores) para asegurar una interacción armónica y de calidad dentro de la organización (Collins, 2018).

En efecto, Navarro et al. (2018) señalaron que siendo la calidad un elemento inherente en la gestión de toda empresa es imprescindible que estas identifiquen en el cliente a ese elemento primordial que da razón a los productos y servicios ofrecidos, siendo neurálgico que se entienda que la articulación de recursos y tecnología que puedan poseer no optimiza su utilidad por la cantidad poseída sino por la dirección que se les provea de forma planificada y organizada, sin importar el tamaño de la organización, siendo

importante el establecimiento de aspectos tales como la misión, la visión y objetivos que brinden la identidad y hoja de ruta que se necesita al momento de establecer su propia filosofía de servicio, horizontal por supuesto, esto es su propio entender particular del negocio, de cómo se hacen y deben hacer las cosas en tendencia al logro de la competitividad en cada uno de sus procesos (cadena de valor por encima de estructura funcional).

Por otra parte, las necesidades personales de los clientes hacen referencia a la dependencia que tienen las empresas respecto de estos para poder operar como tales, debiendo considerar no sólo a aquellas de tipo actual sino también las que puedan surgir a futuro y que contribuyan a la resolución de los problemas que los clientes buscan cubrir con los productos y/o servicios que las empresas les brindan en medio de un entorno amable y capaz de afrontar con éxito la solución de estas necesidades (Morán, 2017).

Igualmente, las necesidades personales de los clientes deben ser gestionadas de forma propia y adecuada a través de la denominada gestión al cliente, ajustándose al tipo de organización y de consumidor, tomando en cuenta que más que un valor agregado el conocerlas y administrarlas se ha constituido como un aspecto obligatorio y primordial que toda empresa debe exhibir al momento de relacionarse con su público, sin importar la magnitud de la misma (MYPE, mediana o gran empresa) y que debe estar presente durante todo el proceso productivo o de servicio, logrando que la percepción del cliente respecto de la empresa guarde sintonía con aquello que paga y recibe (Arenal, 2019).

Entonces, las expectativas de los clientes se relacionan directamente con el tipo de servicio que desean recibir en función a la calidad, que compara lo anhelado por el cliente y realmente recibido (Arciniegas y Mejías, 2017), pudiéndose establecer:

Dos niveles de expectativas de servicio. Uno de ellos es el servicio deseado, corresponde al nivel que el cliente espera recibir y realiza consideraciones sobre “puede ser” y el “debe ser”. Igualmente experimentan otro nivel de expectativa al que se le denomina servicio adecuado, donde el cliente admite un umbral, es decir, es el servicio mínimo que el cliente puede tolerar. (Sanchez y Sanchez, 2018, p. 65)

Lo señalado, fue fortalecido por Rogel (2018), quién haciendo referencia modelo conceptual establecido por Zeithaml y Bitner, señaló que el servicio que un cliente espera recibir tiene dos marcados niveles: el servicio deseado y el servicio adecuado, ambos aspectos expectantes que el público separa en su inconsciente como lo que considera debe recibir (deseado) y lo que puede recibir (adecuado), estableciendo sin proponérselo una especie de margen de error validado por él mismo, es decir, una zona de tolerancia que, sin arriesgar la compra, acepta como parte de dicha experiencia por los factores que la puedan rodear.

III. METODOLOGÍA

3. 1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

El estudio por su finalidad o propósito fue una investigación aplicada (Ley Marco de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, 2018) ya que desarrolló un programa empresarial enfocado en mejorar la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP-PIURA, lo cual guardó concordancia con lo indicado por Hernández-Sampieri et al. (2014), que señalaban que este tipo de investigaciones buscan aportar a la resolución de un problema específico, como fue el caso de las MYPES estudiadas respecto de la calidad de servicio que se buscaba mejorar como parte de su desarrollo empresarial

Así mismo, según el enfoque la investigación fue de tipo cuantitativa pues estudió los fenómenos ocurridos de manera objetiva, lejos de subjetividades, emitiendo hipótesis contrastables empíricamente a través de la utilización de técnicas estadísticas e instrumentos debidamente validados para el análisis de los datos recogidos que permitió dar respuesta al problema observado al interior de las MYPES bajo estudio de forma concreta, puntual y rigurosa (Sánchez, 2019).

Por otra parte, por su alcance, la investigación fue de tipo descriptivo-explicativo puesto que a través de la misma se logró el detalle del grupo estudiado en lo que respecta a las características particulares que presentaban frente a otras MYPES asociadas en el Distrito de Piura, permitiendo su identificación y singularización y, a su vez, explicar su comportamiento a través de la comprobación de la hipótesis que se planteó (Ramos, 2020).

Diseño de investigación

El diseño considerado en la investigación fue experimental del tipo pre experimental de un solo grupo, donde a las MYPES de la CAPDEMP-Piura se le aplicó un cuestionario previo al diseño y desarrollo del programa de desarrollo empresarial y después se les aplicó el mismo

cuestionario con el propósito de evaluar los resultados de la intervención planteada sobre la calidad de servicio (Chávez et al., 2020), quedando el diseño de la forma siguiente:

G O₁ X O₂

Dónde:

- G:** Grupo de control: MYPES asociadas a la CAPDEMP-Piura.
- O₁:** Medición de la calidad de servicio del grupo antes de aplicar el programa de desarrollo empresarial.
- O₂:** Medición de la calidad de servicio del grupo después de aplicado el programa de desarrollo empresarial.
- X:** Estímulo: Programa de desarrollo empresarial.

3. 2. Variables y operacionalización

Respecto de lo que se entiende por variable, Villasís y Miranda (2016) precisaron que: “Las variables en un estudio de investigación son todo aquello que medimos, la información que colectamos, o bien, los datos que se recaban con la finalidad de responder las preguntas de investigación, las cuales habitualmente están especificadas en los objetivos” (p. 10). En ese sentido para la presente investigación se estableció como variables de estudio a:

Variable independiente: Programa de desarrollo empresarial

Definición conceptual: Se manifiesta como un concepto integrador que articula diversos elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos, logrando un impacto positivo en las entidades mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano (González y Becerra, 2019b).

Definición operacional: Esta variable presentó cuatro dimensiones: emprendimiento (indicadores: espíritu empresarial, formalidad del negocio, género de la emprendedora y resistencia a la pandemia); innovación (indicadores: diferenciación de productos y/o servicios,

estrategias de marketing y uso de tecnologías de la información); crecimiento (generación de ingresos económicos, apoyo del gobierno, orientación empresarial, apoyo de la familia) y sostenibilidad (indicadores: Impacto ambiental, Impacto social y resultados económicos). La escala de dimensión fue de tipo ordinal (Likert) con criterios de respuesta en el rango de totalmente acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo

Variable dependiente: Calidad de servicio

Definición conceptual: Se manifiesta como la evaluación del servicio en negocios de servicios y de productos que involucran alguna forma de servicio en la atención al cliente (Vera y Trujillo, 2018b)

Definición operacional: Esta variable presentó dos dimensiones: necesidades del cliente con sus indicadores filosofía de servicio y necesidades personales y expectativas del cliente con sus dimensiones servicio deseado y servicio adecuado. La escala de dimensión fue de tipo ordinal (Likert) con criterios de respuesta en el rango de totalmente acuerdo, de acuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo (Anexo 1).

3.3. Población, muestra, muestreo

Siendo que esta puede ser definida como: “el conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados” (Arias et al., 2016), en el estudio desarrollado la población estuvo conformada por el 100% de las MYPES de la división de mujeres asociadas a la CAPDEMP-Piura al 2021 (15 MYPES) según el detalle siguiente:

Tabla 1

Integrantes de la división de mujeres de la CAPDEMP considerada como población de estudio

Grado de instrucción	Número de mujeres
Básica – Secundaria	11
Técnica	1
Universitaria	3
Total	15

Nota. Esta tabla muestra el grado de instrucción de las conductoras de las MYPES participantes del estudio, el cual fue obtenido a través del primer cuestionario aplicado.

Para su delimitación se tuvo en cuenta a:

- **Criterios de inclusión:** MYPES asociadas a la división de mujeres de la CAPDEMP-Piura formales o informales que se hayan integrado hasta el mes de mayo de 2021, cualquiera sea su rubro comercial y/o de servicios.
- **Criterios de exclusión:** MYPES asociadas a la división de mujeres de la CAPDEMP-Piura formales o informales que se hayan integrado del mes de mayo de 2021 en adelante, cualquiera sea su rubro comercial y/o de servicios.

Debido a que se trabajó con el total de la población no se estableció muestra ni muestreo como parte del diseño, siendo la unidad de análisis las conductoras (propietarias) de las MYPES asociadas la CAPDEMP-Piura, quienes se convirtieron en las participantes del programa de desarrollo empresarial propuesto.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

El instrumento de recolección de datos utilizado fue el cuestionario para la técnica de encuesta (López y Fachelli, 2015), el cual fue validado por el juicio de expertos profesionales en programas de desarrollo empresarial y calidad de servicio; mientras que para medir la fiabilidad del

mismo se utilizó el método de estabilidad (test-retest) pues la misma versión de ellos se aplicó a las conductoras de las MYPES de la CAPDEMP-Piura antes de aplicar el programa y después de concluirlo, así como el Alfa de Cronbach (Anexo 3).

Validez

El juicio de expertos permitió verificar la validez del instrumento antes de su aplicación por la necesidad de evidenciar que el contenido era el adecuado en función a las variables de estudio, recurriendo a profesionales que poseyeran el conocimiento necesario así como la experiencia en el campo de uso de estas y, al mismo tiempo, contaran con la disposición necesaria para la revisión, verificando su alineación con los objetivos del estudio y proporcionando las oportunidades de mejora en cuanto a redacción, forma y contenido (Galicia et al., 2017) (Anexo 4).

Confiabilidad

Para comprobar que el instrumento otorgaba los mismos resultados bajo diferentes escenarios (como tiempo de aplicación, persona que lo aplica, sujeto evaluados y/o el margen de error aceptado) pasaron por una prueba inicial (que incluyó al 100% de la población bajo estudio) utilizando para tal fin el denominado Coeficiente de Alfa de Cronbach que determinó la homogeneidad del instrumento al obtener un índice de 0.832, siendo lo idealmente aceptado que se ubique en el rango del 0.7 al 0.9 (Barón y Díaz, 2018) (Anexo 5).

Descripción operativa del instrumento: ficha técnica

Nombre: PDD-MYPES-CAPDEMP Programa de Desarrollo Empresarial para Micro y Pequeñas Empresas asociadas a las Cámara Peruana de Desarrollo Empresarial

Autor: Mg. Letty Angélica Huacchillo Pardo

Año: 2021

Tipo de instrumento: Cuestionario

Administración: De 20 a 30 minutos aproximadamente

Aplicación: Electrónica y telefónica

Objetivo: Determinar la influencia de un programa de desarrollo empresarial en la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP – Piura

Número de encuestas realizadas: 15

Número de encuestas validadas: 15

Número de ítems: 32

Escala: Likert

Descripción de la escala:

5. Totalmente en desacuerdo
4. De acuerdo
3. Ni de acuerdo ni es desacuerdo
2. En desacuerdo
1. Totalmente en desacuerdo

Significación: Dirigida a evaluar el grado de desarrollo empresarial y entendimiento de la calidad de servicio de las conductoras de las MYPES asociadas a la CAPDEM-Piura.

3.5. Procedimientos

Para el recojo de información se tuvo en cuenta que la aplicación del cuestionario previo y final se realizaría de manera remota a través de la herramienta Google Forms y/o llamadas telefónicas, teniendo en cuenta las condiciones de bioseguridad reglamentadas hasta el 30 de marzo de 2021 por el estado de emergencia nacional a causa de la pandemia mundial originada por la COVID-19, que restringían el derecho a la reunión y al tránsito en el territorio nacional (Decreto Supremo que prorroga el Estado de Emergencia Nacional, 2021).

Para llevar a cabo la aplicación del cuestionario se solicitó el permiso de la Cámara Peruana de Desarrollo Empresarial en la persona de Pedro Hernández Carrera, director ejecutivo de la organización, quién proporciono el permiso y brindó los datos de contacto con grupo de MYPES con los que se trabajaría el programa. Para ello se presentó la propuesta del mismo y una vez que se contó con el permiso correspondiente se procedió a aplicar el cuestionario antes de iniciar la actividad investigativa a través de Google Forms.

Con los resultados obtenidos en el pre test se procedió a elaborar el programa de desarrollo empresarial aplicado, considerando aquellos aspectos más relevantes para cada una de las variables bajo estudio. Una vez concluido el programa se procedió nuevamente a aplicar el instrumento (postest) a través de llamadas telefónicas a cada una de las participantes, puesto que por la coyuntura en salud en la Región Piura se tuvo que priorizar el recojo de información de manera pronta para asegurar la continuidad del estudio en los plazos establecidos en el cronograma de actividades.

Finalmente se procedió a realizar la comparación del estado de las variables y sus dimensiones antes y después del programa aplicado a fin de medir la existencia o no de diferencias significativas en estas y por ende en el grupo de MYPES bajo estudio, permitiendo establecer si el programa de desarrollo empresarial influyó en la calidad de servicio de las micro y pequeñas empresas asociadas a la CAPDEMP – Piura en el año 2021.

3.6. Método de análisis de datos

Los resultados obtenidos fueron presentados en tablas para representar la distribución de las frecuencias, rangos o diferenciaciones obtenidas con sus correspondientes gráficos permitiendo de esta manera el análisis descriptivo del estado de las variables programa de desarrollo empresarial y calidad de servicio (con sus correspondientes dimensiones) antes y después de aplicada la propuesta del programa.

Para ello se empleó el programa estadístico SPSS en su versión 26.0 para el análisis de los datos y el programa informático Microsoft Excel 2010 para la tabulación de los mismos cuando fuera necesario y previo a ser trasladarlos al programa estadístico y así llevar a cabo la comprobación de la hipótesis planteada mediante un análisis no paramétrico que utilizó el coeficiente de Alfa de Cronbach para medir la confiabilidad del instrumento utilizado en el pretest y postest y la Prueba de Rangos con signo de Wilcoxon para datos pareados para la comparación de resultados obtenidos tras la aplicación del programa de desarrollo empresarial (Ramírez y Polack, 2020)

Luego, terminado el programa se llevó a cabo el análisis inferencial de los resultados obtenidos a través de su comparación con el fin de determinar la diferenciación existente entre ambos momentos del estudio realizado, lo que permitió determinar la influencia del programa de desarrollo empresarial sobre la calidad de servicio en las MYPES participantes.

3.7. Aspectos éticos

Entre las consideraciones éticas para el desarrollo de la investigación se tuvo en cuenta los aspectos contemplados a nivel internacional por la Asociación Americana de Psicología, cumpliendo en estricto las pautas establecidas en la guía de normas APA Séptima Edición (Recursos bibliográficos, 2020) como una forma de garantizar el respeto por la propiedad intelectual de los distintos autores que fueron citados y referenciados como parte del desarrollo del estudio.

A nivel nacional se tuvo en cuenta lo establecido en el Código Nacional de la Integridad Científica (Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, 2019) que estableció la observancia de principios tales como integridad a lo largo del desarrollo de todo el trabajo; honestidad intelectual al momento de presentar los antecedentes o teorías que dan soporte teórico a lo presentado; objetividad e imparcialidad en la interacción con la organización que permitió el desarrollo de la investigación; veracidad, justicia y responsabilidad sobre todo al momento de la presentación de resultados y la discusión de los mismos y, finalmente, la transparencia en la aplicación de los instrumentos y análisis de los datos consignados.

Así mismo, a nivel local se tomó como referencia la Guía de Elaboración del Trabajo de Investigación y Tesis para la obtención de grados académicos y títulos profesionales proporcionada por el Vicerrectorado Académico de la Universidad César Vallejo la cual estableció la estructura del trabajo presentado para garantizar que investigación se adecue a los parámetros de calidad que garanticen la idoneidad de la misma a nivel académico.

Finalmente, para lo que corresponde a la aplicación de instrumentos se realizó un trabajo previo con las participantes encuestadas con el fin de explicarles el alcance de la investigación, así como la confidencialidad que se guardó sobre las respuestas brindadas, obteniendo así su voluntad de participar en la investigación., lo cual fue respaldado por el permiso otorgado la CAPDEMP-Piura.

IV. RESULTADOS

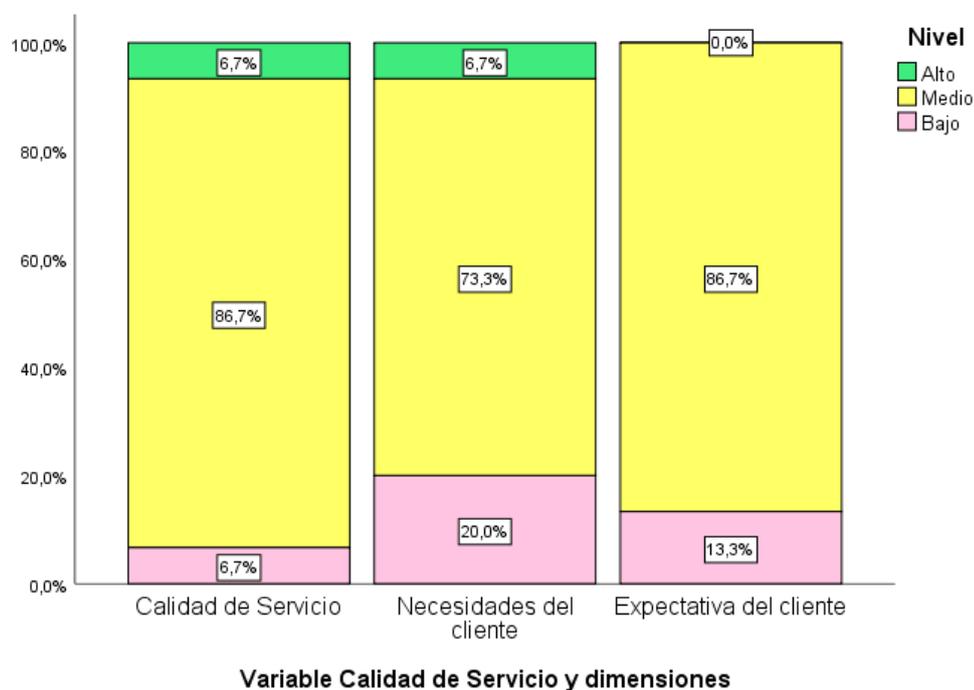
Respecto de la evaluación inicial de las participantes

Resultados a nivel de objetivo específico N° 01

La evaluación a las participantes de la MYPES asociadas a la CAPDEMP-Piura se realizó de forma previa a la aplicación del programa de desarrollo empresarial mostrando que la variable *calidad de servicio* no estaba plenamente desarrollada al interior de estas, tal como se aprecia en la figura siguiente:

Figura 1

Distribución de la variable Calidad de Servicio y sus dimensiones de las participantes de la investigación propuesta en la CAPDEMP - Piura antes de la aplicación del programa de desarrollo empresarial, según nivel



La figura 1 evidenció que un mayor porcentaje de participantes antes de la aplicación del programa de desarrollo empresarial presentaron un nivel medio, tanto en la variable *calidad de servicio*, representado por el 86,7% (13 participantes), como en las dimensiones que la conformaban como *necesidades del cliente*, cuyo porcentaje ascendió al 73,3% (11 participantes) y el 86,7% (13 participantes) en la dimensión *expectativa del cliente*, respectivamente.

Resultados a nivel de objetivo específico N° 02

El diseño del programa de desarrollo empresarial para la mejora de la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP-Piura se realizó de forma posterior a la primera evaluación de las participantes a través del cuestionario inicial, tal como se muestra en la tabla siguiente:

Tabla 2

Diseño de propuesta de programa de desarrollo empresarial concluida la primera aplicación del cuestionario a las participantes de la investigación propuesta en la CAPDEMP - Piura

Temas de trabajo	Número de sesiones	Duración de sesión (minutos)	Total de duración (minutos)
Calidad de Servicio	2	120	240
Filosofía de Servicio	2	120	240
Necesidades Personales	2	120	240
Servicio deseado	2	120	240
Servicio adecuado	2	120	240
Total	10		1200

Nota. Elaboración propia con los resultados obtenidos en la aplicación del cuestionario inicial antes de ejecutar programa de desarrollo empresarial.

En la tabla 2 se detalla que como parte de la investigación se cumplió con la propuesta del diseño del programa de desarrollo empresarial a partir de la obtención de resultados del cuestionario inicial aplicado a las representantes de la MYPES consideradas para el desarrollo de la investigación. Para tal fin se determinó la realización de cinco temas de trabajo. Cada tema de trabajo contempló la realización de dos sesiones de trabajo en función de la variable *calidad de servicio*, y de los indicadores *filosofía de servicio* y *necesidades personales* (asociados a la dimensión *necesidades personales*) y de los indicadores *servicio deseado* y *servicio adecuado* (asociados a la dimensión *expectativa del cliente*).

Respecto de la evaluación posterior de las participantes

Resultados a nivel de objetivo específico N° 03

La ejecución del programa de desarrollo empresarial orientado a la mejora de la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP-Piura se llevó a cabo con algunas restricciones propias del período de pandemia COVID-19, tal como se observa en siguiente tabla:

Tabla 3

Ejecución de la propuesta de programa de desarrollo empresarial concluida la primera aplicación del cuestionario a las participantes de la investigación propuesta en la CAPDEMP – Piura

Temas de trabajo	Número de sesiones	Duración de sesión (minutos)	Total de duración (minutos)
Calidad de Servicio	1	120	120
Filosofía de Servicio	1	120	120
Necesidades Personales	1	120	120
Servicio deseado	1	120	120
Servicio adecuado	1	120	120
Total	5		600

Nota. Elaboración propia a partir del desarrollo cronológico de las sesiones de trabajo realizadas como parte del programa propuesto.

La tabla 3 muestra que de las 10 sesiones propuestas como parte del diseño del programa se realizaron sólo 5 (una sesión por cada tema) puesto que dada la ampliación del estado de emergencia, donde la región Piura tuvo asignado el nivel de extremo y de alto extremo para las provincias de Piura y Sullana - que forman parte de dicha región - se tuvo que ajustar la realización del programa llevándolo a cabo de manera virtual o remota a través de la Plataforma Zoom y teniendo como apoyo a la aplicación WhatsApp (servicio de mensajería instantánea) para coordinaciones internas y en línea con las participantes de las MYPES de la CAPDEMP, así como el uso de correos electrónicos para realizar la convocatoria de cada sesión a realizar, cumpliendo con el envío de enlaces de ingreso a las sesiones de trabajo, así como de los materiales utilizados en el programa.

Resultados a nivel de objetivo específico N° 04

La calificación a las participantes de la MYPES asociadas a la CAPDEMP-Piura concluida la aplicación del programa de desarrollo empresarial propuesto evidenció que la calidad de servicio al interior de ellas tuvo una significativa mejora, tal como se aprecia en la tabla siguiente:

Tabla 4

Distribución de la variable Calidad de Servicio y sus dimensiones, de las participantes de la investigación propuesta en la CAPDEMP - Piura después de la aplicación del programa de desarrollo empresarial, según nivel

Variable	Nivel						Total	%
	Bajo		Medio		Alto			
Calidad de Servicio	0	0,0%	0	0,0%	15	100,0%	15	100,0%

Dimensiones	Nivel						Total	%
	Bajo		Medio		Alto			
Necesidades del cliente	0	0,0%	0	0,0%	15	100,0%	15	100,0%
Expectativa del cliente	0	0,0%	1	6,7%	14	93,3%	15	100,0%

Nota. Elaboración propia con los resultados obtenidos del software SPSS versión 26.0 posterior al desarrollo del cuestionario aplicado después de la culminación del programa de desarrollo empresarial propuesto.

La tabla 4 reveló que el 100,0% de las participantes presentaron un nivel alto en la variable *calidad de servicio*, así como en su dimensión *necesidades del cliente*, y un 93,3% (14 participantes) en la dimensión *expectativa del cliente* después de haber participado en el programa de desarrollo empresarial para la mejora de la calidad de servicio de las MYPES que representan y están asociadas a la CAPDEMP-Piura.

Respecto de la comparación del antes y después del programa propuesto

Resultados a nivel de objetivo general

Para establecer la influencia del programa de desarrollo empresarial en la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP – Piura se llevó a cabo de manera previa la prueba de normalidad que evidenció que los resultados obtenidos presentaban una distribución normal tal como se muestra en la tabla a continuación:

Tabla 5

Prueba Shapiro - Wilk de la variable Calidad de Servicio y sus dimensiones en la investigación propuesta en la CAPDEMP - Piura antes y después de la aplicación del programa de desarrollo empresarial

Variable y/o dimensiones	Periodo de Evaluación	Pruebas de normalidad					
		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de Servicio	Antes	0,310	15	0,000	0,707	15	0,000
	Después	0,197	15	0,120	0,891	15	0,069
	Diferencia	0,210	15	0,074	0,811	15	0,005
Necesidades del cliente	Antes	0,259	15	0,008	0,826	15	0,008
	Después	0,192	15	0,144	0,936	15	0,339
	Diferencia	0,201	15	0,105	0,853	15	0,019
Expectativas del cliente	Antes	0,290	15	0,001	0,814	15	0,006
	Después	0,238	15	0,022	0,905	15	0,115
	Diferencia	0,242	15	0,018	0,925	15	0,227

Nota. Elaboración propia con los resultados obtenidos del software SPSS versión 26.0 que estableció la diferencia (antes-después) de la aplicación del programa de desarrollo empresarial.

Según la tabla 5, la prueba de normalidad para muestras pequeñas ($n < 50$) Shapiro Wilk, presentó un p-valor de significancia menor que 0.05, en la fase de evaluación *antes* de la aplicación del programa de desarrollo empresarial, en la variable *calidad de servicio* ($p = 0.000 < 0.05$), y las dimensiones *necesidades del cliente* ($p = 0.008 < 0.05$) y *expectativas del cliente* ($p = 0.006 < 0.05$); en tanto, en la fase de evaluación *después* de la aplicación del programa de desarrollo empresarial, se visualiza un p-valor de significancia mayor que 0.05, en la variable *calidad de servicio* ($p = 0.069 > 0.05$), así como en las dimensiones *necesidades del cliente* ($p = 0.339 > 0.05$) y *expectativa del cliente* ($p = 0.115 > 0.05$). Por último en diferencia (*antes-después*), la variable

calidad de servicio, presentó un p-valor menor que 0.05 ($p=0.005<0.05$), así como en la dimensión *necesidades del cliente* ($p=0.019<0.05$), y un p-valor mayor que 0.05 ($p=0.227$) en la dimensión *expectativa del cliente*, es así que, para poder comparar los resultados obtenidos en la fase de evaluación *antes* y *después* de la aplicación del programa de desarrollo empresarial, se hizo uso de la prueba no paramétrica de rangos con signo de Wilcoxon para datos pareados para poder comprar la hipótesis planteada, debido al no cumplimiento del supuesto de normalidad en al menos una de las mediciones *antes*, *después* o *en la determinación de la diferencia de ambos momentos* en la variable *calidad de servicio* y/o sus dimensiones.

Prueba de hipótesis: Tomando en cuenta el hecho de haber trabajado con toda la población miembro de la división de mujeres de la CAPDEMP-Piura para la realización del estudio pre experimental y siendo que las distribuciones obtenidas se presentaban de forma no normal se consideró utilizar la prueba de Wilcoxon de tipo no paramétrico para datos pareados, precisando que el nivel de significación elegido fue del orden de 0,05 siendo p_valor significativo cuando:

P_valor = Sig.< 0,05, es decir:

Si p_valor=Sig. resultaba menor a 0,05 se rechazaba la hipótesis nula.

Si p_valor=Sig. resultaba mayor e igual a 0,05 se aceptaba la hipótesis nula.

Tabla 6

Prueba de rangos con signo de Wilcoxon para datos pareados de la variable Calidad de Servicio con sus dimensiones de las participantes de la investigación propuesta en la CAPDEMP - Piura antes y después de la aplicación del programa de desarrollo empresarial

Variable	Diferencias Pareadas	Rangos Negativos	Rangos Positivos	p-valor*	Diferencia significativa
Calidad de Servicio	Después – Antes	0	15	0.001	Sí
Dimensiones	Diferencias Pareadas	Rangos Negativos	Rangos Positivos	p-valor*	Diferencia significativa
Necesidades del cliente	Después – Antes	1	14	0.001	Sí
Expectativa del cliente	Después - Antes	0	15	0.010	Sí

Nota. Elaboración propia con los resultados obtenidos del software SPSS versión 26.0

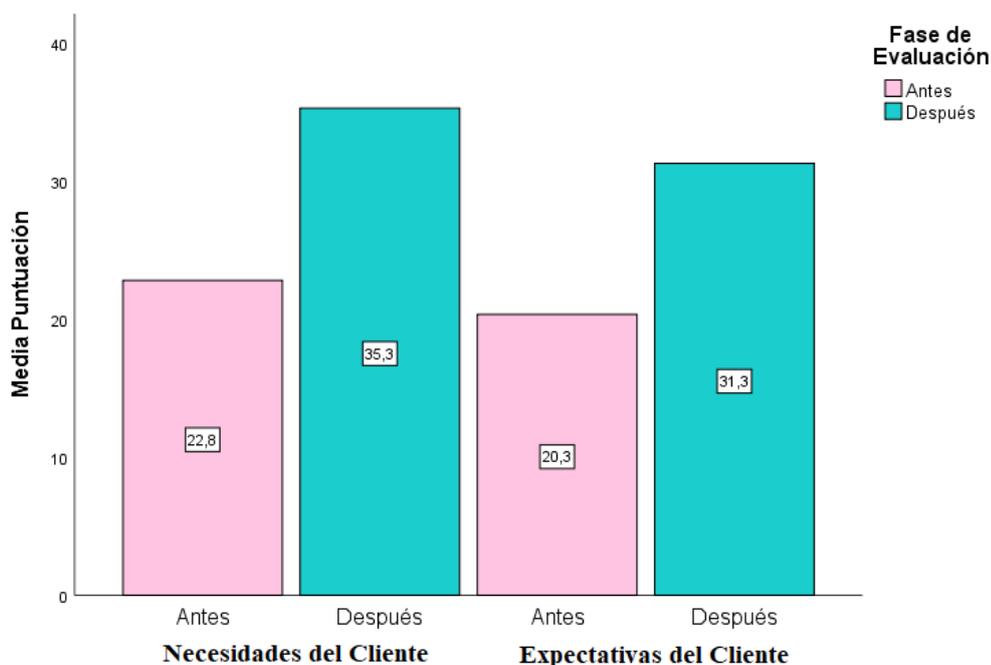
*Resulta significativo al 1% de significancia.

a. Existe la presencia de empates

La prueba de rangos con signo de Wilcoxon para datos pareados expresados en la tabla 6 presentaron un p-valor menor que 0.05 ($p < 0.05$), tanto la comparación de la fase de evaluación *después-antes* de la variable *calidad de servicio* como en cada una de sus dimensiones, rechazando la hipótesis nula e infiriendo que existe diferencia significativa entre las participantes en estudio de la investigación propuesta en la CAPDEMP - Piura antes y después de la aplicación del programa de desarrollo empresarial, observando además mayor cantidad de rangos positivos que negativos, tomando en cuenta que los rangos positivos provienen de la diferencia positiva entre el puntaje obtenido en la fase de evaluación después de la aplicación del programa de desarrollo empresarial menos el puntaje obtenido en la fase de evaluación antes de la aplicación del programa de desarrollo empresarial (*puntaje después menos puntaje antes*), lo que permite dar a conocer que la variable de estudio y las dimensiones de esta en sus puntuaciones (las medianas) de la fase de evaluación después de la aplicación del programa de desarrollo empresarial fueron significativamente mayores que en la fase de evaluación antes de la aplicación del programa de desarrollo empresarial, permitiendo respaldar el análisis mencionado a través de la figura siguiente:

Figura 2

Puntuación promedio las dimensiones de la variable Calidad de Servicio de las participantes de la investigación propuesta en la CAPDEMP - Piura antes y después de la aplicación del programa de desarrollo empresarial

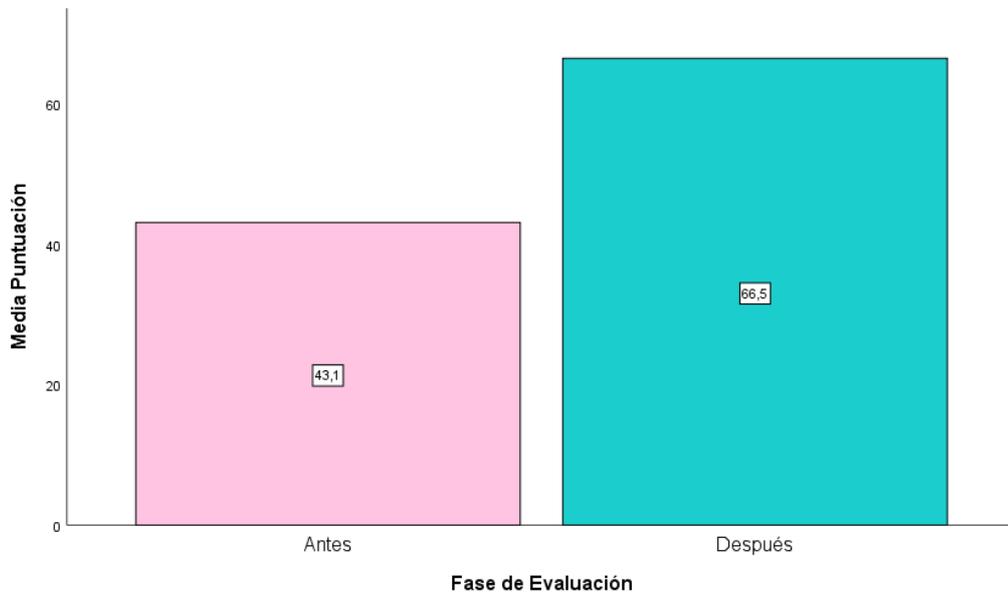


En la figura 2 se muestra que para el caso de variable dependiente *calidad de servicio* experimentó variaciones positivas en cada una de las dimensiones que la componían, yendo para el caso de la dimensión *necesidad del cliente* del 22.8% (primera evaluación) al 35.3% (segunda evaluación) y de la dimensión *expectativas del cliente* del 20.3% (primera evaluación) al 31.3% (segunda evaluación) una vez que culminó su participación el programa de desarrollo empresarial.

De esta manera, a nivel general, la variable *calidad de servicio*, trabajada durante el desarrollo del programa propuesto a favor de las MYPES asociadas a la CAPDEMP-Piura reflejó la influencia que había obrado en ella el mencionado programa después de concluido, observándose que en promedio hubo una variación positiva respecto de la evaluación inicial (43.1%) y la evaluación final (66.5%), tal como se observa en la figura que se presenta a continuación:

Figura 3

Puntuación promedio de la variable Calidad de Servicio de las participantes de la investigación propuesta en la CAPDEMP - Piura antes y después de la aplicación del programa de desarrollo empresarial



V. DISCUSIÓN

En la presente investigación *Programa desarrollo empresarial para la calidad de las micro y pequeñas empresas asociadas a la Cámara Peruana de Desarrollo Empresarial – Piura* se determinaron una serie de resultados, en relación a los objetivos planteados sobre la misma, que evidencian la correspondencia en menor a mayor grado con otras investigaciones anteriores a la realización de esta, así como a teorías previas establecidas sobre las variables de estudio, las cuales respaldan lo determinado.

Así, en el estudio realizado se llegó al resultado que las micro y pequeñas empresas bajo estudio - respecto de la variable calidad de servicio - tenían un nivel mayormente evaluado en el rango de medio a bajo antes de inicio del programa de desarrollo empresarial, lo cual guarda conexión con lo establecido por Cordoba et al. (2018), que en su trabajo investigativo realizado en Colombia señalaron que las micro y pequeñas empresas estudiadas tenían en factores como la creatividad y la innovación a aspectos que las pueden hacer destacar, independientemente de su tamaño y del entorno en el que desarrollen actividades, considerando a la calidad de servicio como un factor muy particular que cada micro y pequeña organización desarrolla muchas veces en base a su propio conocimiento e instinto empresarial, aún sin la intervención de un agente externo como el estado o una organización no gubernamental.

Sin embargo, esto se contrapone en parte a lo establecido por Sulisty et al. (2020) que determinaron que la orientación que las empresas puedan recibir por parte de alguna entidad tiene mayor impacto en la capacidad innovadora de las mismas, aun cuando son muy pequeñas, resaltando además a otros factores como el adecuado manejo del capital social o la gestión financiera, como lo señalaron Musah et al. (2018); entonces, se puede afirmar que aunque una organización este en su estadio más reciente de constitución siempre tendrá aspectos que puedan potenciar su crecimiento y consolidación en el mercado, siendo la calidad de servicio uno de los elementos más

inherentes a ella y sobre la cual se puede trabajar como palanca estratégica para elevar su desarrollo, tal como concluyeron Cantillo et al. (2019).

Adicionalmente, el resultado de la investigación que indica que la noción de calidad de servicio puede estar presente en toda micro y pequeña empresa contradice lo establecido por Pincay y Parra (2020), que una sociedad tan parecida a la peruana como lo es la de Ecuador, concluyeron que estas por su misma dimensión no poseen un real conocimiento de lo que es la calidad de servicio y el impacto que puede generar, debido a la propia percepción que tienen de ellas mismas como organizaciones, minimizando lo que son y lo que pueden generar, lo que permite interpretar que aun cuando el emprendimiento es una corriente cada vez más presente y fuerte en América Latina aún hay sectores donde este no ha calado de tal forma que realmente genere un cambio de mentalidad empresarial en los conductores de las MYPES, como lo expresaron Mehmood et al. (2019).

Por otra, parte el estudio demostró que para diseñar o elaborar un programa de desarrollo empresarial orientado a la mejora de algún aspecto organizacional, como lo es la calidad de servicio, se necesita poder conocer previamente la o las organizaciones sobre las cuales se va plantear una intervención estatal o privada, lo cual guarda relación con lo sostenido por Mundaca et al. (2019), quienes en su investigación diseñaron, en base a un modelo conceptual, la formación de un centro de desarrollo empresarial, principalmente para pequeños negocios, incidiendo que las teorías que existen sobre gestión empresarial deben dar pase a la implementación de acciones que sean realmente tangibles para los microempresarios y donde el estado tenga su gran cuota de participación para el impulso de estas intenciones que, en base a investigación, permitan el logro de mayores beneficios para las llamadas MYPES, teniendo en la calidad y la productividad que realmente posean a los principios rectores y vitales de su avance y consolidación administrativa.

En ese sentido, el resultado obtenido respecto del diseño de un programa de desarrollo empresarial demostró que para abordar la mejora de la calidad de servicio se tenían que desarrollar sesiones de trabajo en base a las

dimensiones que guarden mayor sintonía con los clientes de este tipo de micro y pequeño negocios, como lo son las necesidades y expectativas que estos tienen sobre ellos, lo cual guarda proximidad con lo establecido por Rojas et al. (2020b), quienes en su investigación resaltaron que hoy en día los clientes se han constituido como el principal referente de lo que debe tener en cuenta una empresa al momento de abordar a la calidad de servicio y hacerla parte de los productos o servicios que ofrece al público, pues es ese público el que ahora marca la pauta principal de lo que las empresas pueden vender u ofrecer.

En consecuencia, la elaboración de un plan de acción para mejorar la calidad de servicio de una organización dependerá en gran parte de la evaluación previa que se pueda hacer sobre esta, existiendo de esta manera relación con lo concluido por Duque y Palacios (2017), quienes al realizar un estudio evaluativo sobre la calidad de servicio en establecimientos hoteleros colombianos, señalaron la existencia de modelos preestablecidos relacionados a la optimización de la calidad de servicio, como lo pueden ser las populares escalas SERVQUAL y SERVPERF, las cuales – al igual que la propuesta planteada en este estudio – tienen como punto de partida el uso de las percepciones y expectativas de los clientes sobre los productos o servicios ofrecidos; sin embargo, que sean los modelos de uso más extendido no significa que sean los únicos, puesto que el nuevo panorama económico establecido tras la ocurrencia de la pandemia COVID-19 ha generado nuevos espacios para la revisión de todo lo que se conocía y se venía aplicando en el campo empresarial, así como en el campo de la salud y el de la educación, entre otros, lo que valida el diseño propuesto tomando en cuenta las características particulares de tamaño, permanencia de mercado y estilo de conducción de las empresas bajo estudio (Anexo 7).

La investigación realizada demostró también que la ejecución de un programa de desarrollo empresarial puede llevarse a cabo de acuerdo al diseño planteado pero ajustándose al momento coyuntural en el que se lleve a cabo, evidenciando así la correspondencia con lo revelado por Mora et al. (2016), que como parte de su análisis de la gestión empresarial y sus consideraciones presentes recalcaron la vigencia del llamado proceso administrativo y las fases estáticas y dinámicas que lo componen. De esta

manera, los aspectos teóricos relacionados a la planeación del programa de acción y la organización del mismo encaminaron el diseño de la propuesta; mientras que los aspectos prácticos de la dirección y el control de la intervención posibilitaron que la implementación del programa se pudiera ajustar a los nuevos escenarios que surgieron durante el avance de la pandemia COVID-19 en la región Piura y el respectivo incremento de las medidas restrictivas normadas por el gobierno peruano que limitaron el desarrollo del programa de manera presencial.

Por consiguiente, para la ejecución del programa, diseñado en base a las dimensiones que se determinaron componen a la calidad de servicio, se tuvo como aliado estratégico a las redes que existen a nivel organizacional en Piura y que potencian el desarrollo de las empresas, lo cual guarda relación con la medición efectuada por Vásquez (2018) respecto de los componentes del capital social, destacando que las redes que puedan existir a nivel interno y externo de las organizaciones garantiza, con la suma de aspectos como confianza y establecimiento y respeto de normas sociales, que éstas cooperen al desarrollo de los micro y pequeños negocios, tanto a nivel individual como social, siendo que el hecho de pertenecer a organizaciones no gubernamentales como la CAPDEMP-Piura, se constituye como un referente de lo que estas contribuyen a la ejecución de programas como el propuesto, siendo un evidente respaldo para los mismos y que propicia que una MYPE pueda observar que hay otras organizaciones con características similares a ella que participan en este tipo de a iniciativas motivando su adhesión.

En efecto, la adaptación de la ejecución del programa de desarrollo empresarial propuesto al espacio temporal en que se planteó y aplicó, comprometió el uso de herramientas digitales de tipo remoto o virtual que posibilitaron la continuidad de gran parte de las actividades planteadas en la investigación, convirtiendo la amenaza de las latentes limitaciones provocadas por el escenario en salud a nivel mundial, dada la gravedad de la COVID-19, en una fortaleza que permitió el acercamiento con las participantes de los micro y pequeños negocios convocados sin exponerlas al riesgo del contagio, lo cual se vincula con lo establecido en la investigación de Arteaga et al. (2020), quienes determinaron a través de su estudio que cuando se trata de mujeres

que lideran empresas, estas crean estrategias muy particulares para afrontar los desafíos que enfrentan como dirigentes de organizaciones sujetas a constancias variaciones del mercado y retos que las obligan a actuar en base a intuición para los lograr los objetivos que se hayan propuesto.

Respecto de los resultados obtenidos en la calificación realizada de manera posterior a las participantes de la CAPDEMP-Piura que formaron parte del programa de desarrollo empresarial, se demuestra que el 100% de estas se ubicaron finalmente en un nivel alto al medir el manejo global de la variable Calidad de Servicio al interior de sus emprendimientos; lo que sin duda se relaciona con lo determinado por Ramos (2020), quién en su estudio sobre la gestión de la calidad en las MYPES de la provincia de Sullana, que forma parte de la región Piura, estableció que el 100% de encuestados desarrollaban planes de formación orientados al logro de esta en sus organizaciones, llegando incluso a crear o participar de estudios referidos al manejo de la calidad de servicio (77%), propiciando el control de la calidad de sus productos al momento de ofrecerlos a sus clientes (100%), reafirmando entonces la importancia que tienen programas como el ejecutado para fortalecer la calidad de servicio en este tipo de micro negocios.

Este resultado se complementa con lo alcanzado también en la dimensión *Necesidades del Cliente*, que logró un nivel alto de calificación (100%) como producto de lo ejecutado en la investigación, lo que evidencia la revaloración que finalmente logró este aspecto en las MYPES participantes del programa, tomando en cuenta que al inicio del estudio estaba en un nivel medio mayormente, lo cual guarda conexión con la investigación sobre calidad de servicio y cliente externo realizado por Morán (2017), quién diagnóstico que una manera de lograr la mejora en las ventas era a través de las capacitaciones que sobre gestión de calidad de servicio al cliente puedan recibir los empleados de una organización, sobre todo, cuando siendo que el recurso más importante que tiene una entidad económica es el humano, este mismo reconoce que no está cumpliendo con las satisfacción de las necesidades de los clientes, expresando entre las principales causas de esta situación a la falta de capacitaciones orientadas al logro de este aspecto.

Así mismo, en lo que respecta a la dimensión Expectativas de los Clientes, los resultados muestran que esta alcanzó un nivel alto de puntuación (93.3%) en la medición posterior a la culminación del plan de desarrollo empresarial, lo cual es comparativamente menor al 100% del nivel alto alcanzado en la dimensión Necesidades de los Clientes, mostrando así que los negocios pueden de hecho comprender que es lo que necesita el público del mercado al que se dirigen, pero no necesariamente satisfacer las expectativas de los mismos, lo cual guarda correspondencia con los resultados de Arciniegas y Mejías (2017), quienes al estudiar la percepción de la calidad de los servicios de una entidad educativa determinaron que la calidad de servicio se relacionaba con las expectativas que los clientes podían tener sobre ella, mostrándose conformes con un valor promedio puntuado de 4 sobre la escala de Likert en base a 5, es decir, que no fueron calificados como excelentes pero sí como aceptables, mostrando posibles oportunidades de mejora en base al modelo SERVQUAL, lo que evidencia lo sensible que es el logro total de esta dimensión trabajada y evaluada en el presente estudio.

De lo anteriormente mencionado se desprenden los resultados asociados al objetivo general, sobre si la calidad de servicio mejora tras la ejecución de un plan de acción que la aborde junto a sus dimensiones, revelando que efectivamente hay una variación positiva respecto de los resultados obtenidos en la medición inicial y los hallados en la medición posterior a la finalización del programa de desarrollo empresarial, es decir, se demostró el impacto de la aplicación que pueden tener este tipo de proyectos sobre micro y pequeñas empresas que tengan interés por crecer empresarialmente, lo cual evidencia conexión con lo hallado por Hernández et al. (2018b), quienes determinaron que para el impulso de las MYPES se debe tener predilección sobre la gestión de la calidad de servicio pues independiente del sector al que se dirijan, ya sea de productos, de servicios o de ambos, esta se ha convertido en un factor clave que debe ser usado a fin de promover la competitividad de este tipo de empresas, asegurando así no solo su supervivencia sino su también su crecimiento organizacional.

Lo anteriormente expuesto también concuerda con lo establecido por Aguilera y Virgen (2016), quienes en su propuesta orientada a la creación de

estrategias para robustecer el crecimiento en las pequeñas y medianas empresas especificaron la importancia de que estas se adapten a las diversas circunstancias que les puedan afectar en el alcance de los objetivos que se planteen como tales, mostrando el permanente interés que desde hace décadas viene despertando el estudio y la consolidación de los micro, pequeños y medianos negocios a nivel mundial, pues aunque en tamaño y organización parecieran no ser relevantes, la existencia en conjunto y en cantidad de ellas las hacen económica y socialmente trascendentes ya que abarcan una gran parte de sectores económicos, lo que posibilita que brinden oportunidades de empleo (o hasta subempleo) a individuos que en un mercado laboralmente formal no podrían conseguirlas por los perfiles establecidos, contribuyendo de esta manera a la satisfacción de las necesidades básicas de poblaciones significativas en las sociedades donde se encuentran instauradas, lo que las hace académicamente atractivas para la realización de estudios vinculadas a ellas como una forma de promover su crecimiento y posicionamiento.

De este modo, los resultados obtenidos tras el cumplimiento de los objetivos específicos de *evaluar* a las participantes de la CAPDEMP antes de la aplicación del programa de desarrollo empresarial; *diseñar* el programa de desarrollo empresarial para la mejora de la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP; *ejecutar* el programa de desarrollo empresarial orientado a la mejora de la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP y *calificar* a las participantes de la CAPDEMP posteriormente a la finalización del programa propuesto, aunado al logro del objetivo general de determinar la influencia de un programa de desarrollo empresarial en la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP – Piura permite comprobar la hipótesis planteada al inicio de la investigación pues efectivamente se ha determinado que las puntuaciones obtenidas en la fase de evaluación *después* de la aplicación del programa de desarrollo empresarial en la variable Calidad de Servicio y sus dimensiones han sido significativamente mayores comparadas con las puntuaciones en la fase de evaluación *antes* de la aplicación del programa de desarrollo empresarial.

Es por esta razón que, finalmente, se ha demostrado que efectivamente sí existe diferencia significativa entre las participantes bajo estudio de la investigación en la CAPDEMP - Piura *antes y después* de la aplicación del programa de desarrollo empresarial propuesto, estableciendo así nexo con lo concluido por Bustamante et al. (2019), quienes en su trabajo de indagación validaron la aplicación de modelos orientados a la gestión de calidad de servicio, como el SERVQUAL, el mismo que ha sido tomado como referencia para la realización del plan de acción ejecutado, puesto que puede ser aplicado en diversos sectores del mercado por su adaptabilidad al contexto en que se necesite, incluso en uno pos pandemia, ya que siguen teniendo como pilares fundamentales la comprensión e interpretación de las percepciones y expectativas de uno de los más importantes socios estratégicos de las empresas, es decir de los clientes regulares y potenciales, ya que al formar parte del entorno interno organizacional, la atención de sus necesidades es hoy - más que nunca - de obligada observancia, atención y retroalimentación en las empresas que quieran consolidarse y evolucionar en y con el mercado local, regional y global.

VI. CONCLUSIONES

1. Del objetivo específico *evaluar* a las participantes de la CAPDEMP-Piura antes de la aplicación del programa de desarrollo empresarial, se concluye que efectivamente es importante establecer una línea base antes de inicio de cualquier intención o proyecto orientado a la mejora del rendimiento organizacional de alguna empresa, independientemente de su tamaño, ya que este no es el principal factor que las define, sino hay otros aspectos igual de relevantes como la coyuntura y las características propias de su nacimiento y constitución, lo que origina que estas, sobre todo las MYPES, tengan una identidad que hace necesario que sean atendidas de manera particular cuando se plantean este tipo de programas a su favor.

2. Del objetivo específico *diseñar* el programa de desarrollo empresarial para la mejora de la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP-Piura, se determina que elaborar la estructura y formas de aplicación de un plan de acción que aborde un aspecto de mejora organizacional tan sensible como lo es la calidad de servicio, estará sujeto a la valoración que se tenga sobre las necesidades y expectativas de los clientes que se buscan atender y ganar, pudiendo tomar como base para su medición a modelos ya existentes dirigidos al conocimiento y mejora de la calidad de servicio, pero adaptándolos siempre al contexto de las empresas dónde se necesite de su estudio y mejora.

3. Del objetivo específico *ejecutar* el programa de desarrollo empresarial orientado a la mejora de la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP-Piura, se precisa que llevar a la práctica cualquier proyecto orientado a la atención de alguna necesidad de mejora empresarial siempre estará sujeto a factores externos que afecten su normal cumplimiento, siendo una fortaleza que su ejecución se ampare en las fases de dirección y control que forman parte del proceso administrativo de cualquier empresa, así como también, en el soporte que brinda el hecho que estas pertenezcan a organizaciones que sostengan la realización y desarrollo de programas de

mejora por el sentido de identidad y motivación que ejercen sobre sus integrantes.

4. Del objetivo específico *calificar* a las participantes de la CAPDEMP posteriormente a la finalización del programa propuesto, se resuelve que siempre es necesario poder establecer el resultado que se obtiene tras la intervención de cualquier programa dirigido a la mejora de la dinámica empresarial, sobre todo de los nacientes micro y pequeños negocios, pues conocer la medición ulterior permitirá luego efectuar comparaciones con la medición inicial estableciendo no solo confrontaciones entre lo obtenido entre ambos momentos, sino sobre todo, identificar aquellos aspectos que deben seguir siendo fortalecidos organizacionalmente o, hasta tal vez, extender el radio de acciones de mejora.

5. Finalmente, respecto del objetivo general *determinar* la influencia de un programa de desarrollo empresarial en la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP – Piura, evidentemente se concluye que la aplicación de un programa de este tipo tiene ascendencia sobre la mejora de la Calidad de Servicio que puedan haber desarrollado de manera libre las MYPES que participaron del estudio, así como de las dimensiones *Necesidades de los Clientes y Expectativas de los Clientes* que la componen, al determinarse variaciones positivas entre el *antes* y *después* de sus respectivas fases de evaluación.

VII. RECOMENDACIONES

- Al actual Gobierno Peruano propiciar el desarrollo de programas orientados a la consolidación de las micro y pequeñas empresas de manera asociada con organizaciones que a nivel regional posean experiencia o tengan establecido contacto con los conductores de entidades que ya estén participando de actividades relacionadas a su fortalecimiento, puesto que ello sirve de ejemplo para motivar a otras empresas que aún no se adhieren a integrarse a este tipo de iniciativas.

- Al Gobierno Regional de Piura generar espacios de encuentro entre empresarios representativos de la región que puedan comprometerse a establecer lazos comerciales temporales o permanentes con micro y pequeños negocios que estén en la misma línea de los productos y servicios que ofrecen, dando la oportunidad que estos se visibilicen entre la población a través de la relación con empresas reconocidas en el mercado piurano, contando con su respaldo y experiencia, a manera de mentoría empresarial.

- A la Municipalidad Provincial de Piura seguir incentivando la puesta en marcha de ferias favor micro y pequeños emprendedores pero no sólo de forma temporal o en fechas simbólicas, sino que se posibilite que estas ferias se formalicen en espacios donde los que deseen ser parte asuman de manera solidaria los costos de constitución, de permanencia y se comprometan, previa orientación tributaria, a formalizarse a través de la obtención de su registro único de contribuyentes ante de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanera (SUNAT).

- A la Cámara Peruana de Desarrollo Empresarial de Piura replicar la experiencia del programa de desarrollo empresarial ejecutado en la presente investigación en otro sector de negocios asociados a su organización de manera que se pueda seguir ampliando y mejorando al mismo en base a las nuevas intervenciones que se puedan gestar con su patrocinio y, de ser el caso, proponerlo a otro tipo de organizaciones que también estén orientadas al impulso de las MYPES en Piura.

VIII. PROPUESTA

Programa desarrollo empresarial para la calidad de las micro y pequeñas empresas asociadas a la Cámara Peruana de Desarrollo Empresarial - Piura

“Propuesta de plan de acción para fortalecer la calidad de servicio de micro y pequeñas empresas asociadas a la CAPDEMP-Piura”

Figura 4

Esquema de propuesta sugerida como plan de acción



Nota: Concluida la evaluación final se procederá a efectuar la retroalimentación con los resultados obtenidos y se podrá volver a efectuar una evaluación inicial para establecer nuevas necesidades de capacitación como parte de la adaptación del programa de desarrollo empresarial.

PRESENTACIÓN

La propuesta de plan de acción para fortalecer la calidad de servicio de micro y pequeñas empresas asociadas a la CAPDEMP-Piura surge como una respuesta a la actual necesidad que tienen las micro y pequeñas empresas de reforzar sus capacidades empresariales para poder afrontar su formalización y crecimiento en una época tan incierta a raíz de la COVID-19, donde la calidad de servicio se ha convertido en el elemento diferenciador que posibilita que los negocios sobresalgan del común denominador de aquellos que surgen y cierran en períodos muy cortos por la carencia del entendimiento de este factor transversal y muy valorado por los clientes de cualquier organización.

De esta manera, el programa estará orientado a abordar de manera panorámica aspectos conceptuales y prácticos de interés respecto de la calidad de servicio, proporcionando la valoración de este factor dentro de la organización y estructura de las MPYPES y como su operacionalización brindará – de menor a mayor grado - beneficios que se volverán parte de la filosofía empresarial de las mismas fortaleciéndolas como tales.

JUSTIFICACIÓN

La propuesta de plan de acción para fortalecer la calidad de servicio de micro y pequeñas empresas asociadas a la CAPDEMP-Piura guarda sintonía con estudios previos que señalan que la calidad de servicio es un elemento transversal que debe estar presente en toda organización que al brindar productos o prestar servicio (o la combinación de ambos) reconozca que el cliente es un socio estratégico, que aunque externo, dicta la pauta de cómo se encuentra y evoluciona el mercado, permitiendo así que las MYPES tengan referencias claves de cómo deben adaptarse a estas nuevas tendencias de productos, de servicios y de atención al cliente.

OBJETIVO

El objetivo general será fortalecer la calidad de servicio de las micro y pequeñas empresas que se encuentran en su estadio más temprano de constitución reforzando aquellos aspectos relacionados al servicio al cliente que son relevantes, independientemente de su tamaño organizativo, permitiendo el establecimiento de estrategias propias y adaptadas a realidad de las MYPES participantes.

ORGANIZACIÓN

La propuesta del plan de acción abordará cinco temas de trabajo relacionados a la calidad de servicio y las dimensiones que la componen con sus respectivas características, las cuales se desarrollarán a cabo de manera síncrona a través de encuentros remotos vía la plataforma digital ZOOM y de manera asíncrona a través de actividades y lecturas de reforzamiento dirigidas por los facilitadores a cargo de las sesiones y llevadas a cabo por las conductoras de las MYPES participantes. La duración total del programa será de 10 sesiones (cada tema se desarrollará en dos sesiones de 120 minutos cada una).

EVALUACIÓN INICIAL ANTES DEL PLAN DE ACCIÓN

Antes del inicio del plan de acción se realizará la evaluación de las participantes del programa de desarrollo empresarial, previo consentimiento de la Cámara Peruana de Desarrollo Empresarial-Piura. Para dicha implementación se aplicará un cuestionario inicial que permitirá recoger aspectos relacionados a la variable calidad de servicio que permitan el diseño del plan de manera particular a la coyuntura organizacional de las MYPES involucradas en el programa. Así mismo, los resultados obtenidos serán usados al momento de la evaluación final del plan de acción.

DISEÑO DE LA PROPUESTA DEL PLAN DE ACCIÓN

Tabla 7

Propuesta de programación de temas de trabajo que formarán parte del plan de acción para fortalecer la calidad de servicio de micro y pequeñas empresas asociadas a la CAPDEMP-Piura

Temas de trabajo	N° sesiones	Resultados de Aprendizaje	Producto
Calidad de Servicio (Lanzamiento del programa)	2	Reconoce la importancia que tiene para su MYPE participar en el Programa de Desarrollo Empresarial como una forma de atender la necesidad respecto de acceder a capacitaciones que le permitan fortalecer su negocio desde la calidad de servicio.	Los participantes describen los aspectos generales de su emprendimiento y reconoce su “aspecto fuerza”.
Filosofía de Servicio	2	Describe la forma cómo hace las cosas en su negocio identificando su entorno y la influencia del mismo, determinando la forma cómo planifica sus actividades y organiza sus recursos, sobre todo el humano.	Los participantes elaboran una propuesta de visión y misión de sus emprendimiento, teniendo como eje estratégico a la atención al cliente.
Necesidades Personales	2	Identifica las necesidades de clientes y expectativas de los potenciales clientes, comparando si las mismas guardan correspondencia con las características de los productos y/o servicios que ofrecen.	Los participantes presentan los productos y/o servicios que ofrecen resaltando las características que los diferencian así como los que consideran deberían diferenciarlos de la de la competencia.
Servicio deseado	2	Determina el tipo de servicio que el cliente espera recibir respecto del producto o servicio que ofrece en su emprendimiento en cuanto a protocolos de atención (trato, lugar y formas de pagos).	Los participantes diseñan protocolos de atención a clientes que contemplen al menos tres momentos: llegada, desarrollo y despedida.

Temas de trabajo	N° sesiones	Resultados de Aprendizaje	Producto
Servicio adecuado (Cierre de programa)	2	Identifica el tipo de servicio actual que brinda a los clientes en sus emprendimiento, reconociendo los aspectos críticos que presentan y la posibilidad de convertirlos en oportunidad de mejora.	Los participantes ejemplifican sus actuales protocolos de atención y brindan la oportunidad de mejora que ellos mismos consideren puedan implementar.

Nota. La propuesta del plan de acción se elaboró tomando en cuenta la evaluación inicial realizada a las participantes de las MYPES de la CAPDEMP-Piura.

Tabla 8*Propuesta de diseño de secuencia de trabajo de la variable Calidad de Servicio*

Tema Calidad de Servicio (02 sesiones)			
Resultado de aprendizaje: Reconoce la importancia que tiene para su MYPE participar en el Programa de Desarrollo Empresarial como una forma de atender la necesidad respecto de acceder a capacitaciones que le permitan fortalecer su negocio desde la calidad de servicio.			
Temática	Actividades	Duración (minutos)	Recursos
Lanzamiento del programa: ¿Por qué debo participar de este programa?	Presentación de diapositivas Participación individual Reconocimiento de aspectos fuerza de las MYPES	240 minutos	Plataforma ZOOM. Diapositivas relacionadas a la temática. Videos motivacionales.

Nota. La propuesta del plan de acción se elaboró tomando en cuenta la evaluación inicial realizada a las participantes de las MYPES de la CAPDEMP-Piura.

Tabla 9

Propuesta de diseño de secuencia de trabajo del tema Filosofía de Servicio que forma parte de la dimensión Necesidades del Cliente

Tema Filosofía de Servicio (02 sesiones)			
Resultado de aprendizaje: Describe la forma cómo hace las cosas en su negocio identificando su entorno y la influencia del mismo, determinando la forma cómo planifica sus actividades y organiza sus recursos, sobre todo el humano.			
Temática	Actividades	Duración (minutos)	Recursos
Filosofía de Servicio	Presentación de diapositivas Observación de videos Creación de visión y misión (propuesta)	240 minutos	Plataforma ZOOM. Videos: Planeación estratégica-Filosofía Empresarial https://www.youtube.com/watch?v=53aW9akCtnE Emprendedor Peruano: Casos de éxitos https://www.youtube.com/watch?v=atbp6q206o Historia de Guisela Martínez, emprendedora peruana de la FMBBVA https://www.youtube.com/watch?v=QmaLxgvMml Lecturas: Lectura N° 01: Filosofía Empresarial Lectura N° 02: ¿Qué es un protocolo de atención y servicio al cliente y porqué es importante para tu empresa?

Nota. La propuesta del plan de acción se elaboró tomando en cuenta la evaluación inicial realizada a las participantes de las MYPES de la CAPDEMP-Piura.

Tabla 10

Propuesta de diseño de secuencia de trabajo del tema Necesidades Personales que forma parte de la dimensión Necesidades del Cliente

Tema Necesidades Personales (02 sesiones)			
Resultado de aprendizaje: Describe la forma cómo hace las cosas en su negocio identificando su entorno y la influencia del mismo, determinando la forma cómo planifica sus actividades y organiza sus recursos, sobre todo el humano.			
Temática	Actividades	Duración (minutos)	Recursos
Necesidades personales	Presentación de diapositivas Observación de videos Presentación de productos y servicios	240 minutos	Plataforma ZOOM. Videos Mujeres emprendedoras: https://www.youtube.com/watch?v=KkCjxO-E7aE Identificación de necesidades de los clientes: https://www.youtube.com/watch?v=H7EtU7VZy1c ¿Cómo atender a los clientes?: https://www.youtube.com/watch?v=tII6LzPuxac Lecturas: Lectura N° 03: Tipos de necesidades de los clientes

Nota. La propuesta del plan de acción se elaboró tomando en cuenta la evaluación inicial realizada a las participantes de las MYPES de la CAPDEMP-Piura.

Tabla 11

Propuesta de diseño de secuencia de trabajo del tema Servicio Deseado que forma parte de la dimensión Expectativas del Cliente

Tema Servicio Deseado (02 sesiones)			
Resultado de aprendizaje: Determina el tipo de servicio que el cliente espera recibir respecto del producto o servicio que ofrece en su emprendimiento en cuanto a protocolos de atención (trato, lugar y formas de pagos).			
Temática	Actividades	Duración (minutos)	Recursos
Servicio deseado	Presentación de diapositivas	240 minutos	Plataforma ZOOM. Videos El servicio al cliente sí importa https://www.youtube.com/watch?v=844RXLw6Ys
	Observación de videos		Errores de atención al cliente https://www.youtube.com/watch?v=S78vli1kgbE
	Diseño de protocolos de atención		Lecturas: Lectura N° 04: Tipos de clientes Lectura N° 05: Las claves para mantener la confianza del cliente durante la crisis del COVID-19

Nota. La propuesta del plan de acción se elaboró tomando en cuenta la evaluación inicial realizada a las participantes de las MYPES de la CAPDEMP-Piura.

Tabla 12

Propuesta de diseño de secuencia de trabajo del tema Servicio Adecuado que forma parte de la dimensión Expectativas del Cliente

Tema Servicio Adecuado (02 sesiones)			
Resultado de aprendizaje: Identifica el tipo de servicio actual que brinda a los clientes en sus emprendimiento, reconociendo los aspectos críticos que presentan y la posibilidad de convertirlos en oportunidad de mejora.			
Temática	Actividades	Duración (minutos)	Recursos
Servicio adecuado	Presentación de diapositivas Observación de videos Exposición de protocolos de atención	240 minutos	Plataforma ZOOM. Videos Características del servicio https://www.youtube.com/watch?v=zMT9sRRAAMA 8 tipos de clientes y cómo atenderlos https://www.youtube.com/watch?v=Ypc9fCF4A3M Ejemplos de atención al cliente https://www.youtube.com/watch?v=7uX0h85Xwds Lecturas: Lectura N° 06: Cómo será el consumidor pospandemia.

Nota. La propuesta del plan de acción se elaboró tomando en cuenta la evaluación inicial realizada a las participantes de las MYPES de la CAPDEMP-Piura.

EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE PLAN DE ACCIÓN

El plan de acción para fortalecer la calidad de servicio de micro y pequeñas empresas asociadas a la CAPDEMP-Piura se llevará a cabo a través de una metodología participativa que involucre de forma activa la intervención de los participantes en cada sesión de trabajo de manera remota, donde estos asuman su autoformación a través de los materiales brindados contando con la guía de los facilitadores asignados y los encuentros virtuales donde se expongan los temas a tratar y donde sus experiencias emprendedoras constituyan la principal casuística a tratar y resolver.

EVALUACIÓN FINAL POSTERIOR AL PLAN DE ACCIÓN

Finalizado la propuesta del plan de acción se realizará la evaluación de las participantes del programa de desarrollo empresarial, a través de la aplicación un cuestionario final que permitirá recoger aspectos relacionados a la variable calidad de servicio y las dimensiones que la componen (y que han formado parte de los temas del plan). Los resultados de dicho cuestionario que permitirán medir los resultados obtenidos y compararlos con los resultados obtenidos a través del cuestionario inicial y establecer las conclusiones de lo actuado y logrado, generando la retroalimentación necesaria del programa, estableciendo futuros temas de capacitación.

REFERENCIAS

- Achtenhagen, L., Ekberg, S., y Melander, A. (2017). Fostering growth through business development: Core activities and challenges for micro-firm entrepreneurs. *Journal of Management y Organization*, 23(2), 167-185.
<https://doi.org/10.1017/jmo.2016.58>
- Acosta-Véliz, M. M., y Jiménez-Cercado, M. E. (2020). Modelo de gestión empresarial del Ecuador. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. ISSN : 2588-090X . *Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)*, 5(5), 115-131.
<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i5.218>
- Aguilera-Castro, A., y Virgen-Ortiz, V. (2016). Modelo para la formulación de estrategias orientado al crecimiento empresarial de las pymes. *Entramado*, 12(2), 30-40.
<https://doi.org/10.18041/entramado.2016v12n2.24204>
- Alva, E. (2017). La desaparición de las microempresas en el Perú. Una aproximación a los factores que predisponen a su mortalidad. Caso del Cercado de Lima. *Economía y Desarrollo*, 158(2), 76-90.
- Arciniegas Ortiz, J. A., y Mejías Acosta, A. A. (2017). Percepción de la calidad de los servicios prestados por la Universidad Militar Nueva Granada con base en la escala Servqualing, con análisis factorial y análisis de regresión múltiple. *Comuni@cción*, 8(1), 26-36.
- Arellano-Díaz, H. O. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Dominio de las Ciencias*, 3(Extra 2), 72-83.

Arenal Laza, C. (2019). *Gestión de la atención al cliente / consumidor*. UF0036.

Tutor Formación. https://books.google.es/books?hl=es&lr=yid=F2-_DwAAQBAJyoi=fnd&pg=PA5&ydq=gesti%C3%B3n+clientes&ots=40r8A0jUB_ysig=ntluG-23HhevU1NLYrchRwCusic#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20clientes&f=false

Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M., y Miranda-Novales, M. (2016). El protocolo de investigación III: La población de estudio. *Revista Alergia México*, 63, 201. <https://doi.org/10.29262/ram.v63i2.181>

Arteaga Cervantes, A., Ojeda Hidalgo, J. F., y Alvarez Orozco, D. G. (2020). Trayectoria y estrategias de emprendimiento en mujeres. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 22, 176-195. <https://doi.org/10.7263/adresic-022-10>

Asamblea General de las Naciones Unidas. (2017). *74ª sesión plenaria*. <https://undocs.org/pdf?symbol=es/A/71/PV.74>

Ayaviri, V. D., Quispe, G. M., y Borja, M. E. (2017). El Capital Social en el desarrollo local comunitario. Un estudio en comunidades rurales de Bolivia. *Revista ESPACIOS*, 38(43). <https://www.revistaespacios.com/a17v38n43/17384309.html>

Ayuda en Acción. (2019, marzo 9). El Niño y las lecciones que tenemos que aprender [No Gubernamental]. *El Niño y las lecciones que tenemos que aprender*. https://ayudaenaccion.org.pe/actualidad/el_nino_y_las_lecciones_que_temos_que_aprender/

- Banco Mundial. (2016, junio 20). *Los emprendedores y las pequeñas empresas impulsan el crecimiento económico y crean empleos* [Text/HTML]. World Bank.
<https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2016/06/20/entrepreneurs-and-small-businesses-spur-economic-growth-and-create-jobs>
- Barón Díaz, L. Y., y Díaz Heredia, L. P. (2018). *Confiabilidad y validez de constructo del instrumento Habilidad de Cuidado de Cuidadores Familiares de Personas con Enfermedad Crónica*. 20(2), 11.
- Belletich, E. (2020, agosto 27). "El 73% de las mypes no han podido acceder a financiamiento para su reactivación". UDEP Hoy | Universidad de Piura.
<http://udep.edu.pe/hoy/2020/el-73-de-las-mypes-no-han-podido-acceder-a-financiamiento-para-su-reactivacion/>
- Beltramino, N. S., Lema, D. G. P. D., y Juárez, L. E. V. (2020). Impact of the human capital on the performance of micro-enterprise: An empirical study in Argentina. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 40(4), 439-464. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2020.109009>
- Bernal Payares, O. (2018). Planeación estratégica y sostenibilidad corporativa. *Conocimiento global*, 3(1), 50-55.
- Borja, A. H., Carvajal, H. R., y Vite, H. A. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista ESPACIOS*, 41(24).
<http://www.revistaespacios.com/a20v41n24/20412415.html>
- Bretos, I., Díaz-Foncea, M., Marcuello, C., y Marcuello, C. (2018). Cooperativas, capital social y emprendimiento: Una perspectiva teórica. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 128, 76-98.

- Burbano Pérez, Á. B. (2017). Importancia de la dirección estratégica para el desarrollo empresarial. *Dominio de las Ciencias*, 3(Extra 3), 19-28.
- Bustamante, M. A., Zerda-Barreno, E. R., Obando, F., y Tello-Sánchez, M. G. (2019). Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual. *Empresarial*, 13(2), 1-15. <https://doi.org/10.23878/empr.v13i2.159>
- Buta, S. (2016). The social capital: From macro to microeconomic. *The USV Annals of Economics and Public Administration*, 16(1(23)), 138-144-144.
- Calderón Angulo, R. J., Huilcapi Masacón, M. R., Montiel Díaz, P. A., Mora Aristega, J. E., y Naranjo Chávez, D. G. (2018). Desempeño laboral y los procesos administrativos, fuentes de desarrollo empresarial. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 2(7), 15-22. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol2iss7.2018pp15-22>
- Cano Flores, M., Hernández Rodríguez, C., y Arano Chávez, R. M. (2018). El emprendimiento mediante el desarrollo y la innovación empresarial y su impacto en la competitividad de las organizaciones. *NovaRua*, 8(15), 40-48. <https://doi.org/10.20983/novarua.2017.15.3>
- Cantillo, N., Pedraza, C., Paz, A., y Garcia, J. (2019). Dimensiones del servicio como ventaja competitiva en el sector farmacéutico del distrito especial turístico y cultural de Riohacha, Colombia. *Revista ESPACIOS*, 40(01). <http://www.revistaespacios.com/a19v40n01/19400109.html>
- Castro Aristizabal, G., Girón, L. E., y Soto Cuadros, D. (2017). *Impacto del capital humano en el emprendimiento por oportunidad en Colombia, Chile Y Ecuador. (Impact of Human Capital on Opportunity Entrepreneurship in Colombia, Chile and Ecuador.)* (SSRN Scholarly

Paper ID 3050536). Social Science Research Network.

<https://doi.org/10.2139/ssrn.3050536>

Cevallos Suárez, M. P. (2019). *Capital social comunitario: Recurso promotor en los emprendimientos agroecológicos (Estudios)*.

<http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/6922>

Chávez-Valdez, S. M., Esparza del Villar, Ó. A., y Riosvelasco Moreno, L.

(2020). Diseños preexperimentales y cuasiexperimentales aplicados a las ciencias sociales y la educación. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 2(2), 167 · 178-167 · 178.

Collins Ventura, N. V. (2018). El servicio al cliente como filosofía y factor de posicionamiento de las cooperativas de taxis. *INNOVA Research Journal*, 3(2), 71-82.

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. (2019). *Código Nacional de la Integridad Científica*.

<http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2193>

Cordoba Zuñiga, E., Castillo Toro, J. L., y Castillo Quesada, N. (2018).

Creatividad e innovación: Motores de desarrollo empresarial.

Lámpsakos, 1(19), 55-65. <https://doi.org/10.21501/21454086.2663>

Delfín Pozos, F. L., y Acosta Márquez, M. P. (2016). Analysis and relevance in business development. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, 40, 184-202. <https://doi.org/10.14482/pege.40.8810>

Duque Fierro, G. A., Saldarriaga Castrillón, J. F., y Bohorquez Ordoñez, E.

(2016). El servicio al cliente y sus problemáticas actuales: Tendencias investigativas. *Revista Criterios*, 23(1), 383-393.

- Duque Oliva, E. J., y Palacios Palacios, D. (2017). Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó. *Criterio Libre*, 15(26), 195-213. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2017v15n26.1047>
- Ley Marco de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, Pub. L. No. Ley N° 30806, 4 (2018). https://portal.concytec.gob.pe/images/ley-concytec-18/modificacion_ley.pdf
- Decreto Supremo que prorroga el Estado de Emergencia Nacional, Pub. L. No. Decreto Supremo N° 076-2021-PCM, 10 (2021). <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/decreto-supremo-que-prorroga-el-estado-de-emergencia-naciona-decreto-supremo-n-076-2021-pcm-1944838-1>
- Galicia Alarcón, L. A., Balderrama Trápaga, J. A., y Edel Navarro, R. E. (2017). Validez de contenido por juicio de expertos: Propuesta de una herramienta virtual. *Apertura (Guadalajara, Jal.)*, 9(2), 42-53. <https://doi.org/10.32870/ap.v9n2.993>
- Gonzáles Díaz, R. R., y Becerra Pérez, L. A. (2019). *Modelo Integrado de Desarrollo Empresarial: Una alternativa para el análisis valorativo empresarial para las Mypes* (Primera). RyD, Research and Development. <https://es.scribd.com/document/422139250/Mdelo-Integrado-de-Desarrollo-Empresarial>
- Hablich, F., Bermúdez, C. y Espinoza, E. (2018). Determinantes de la actividad emprendedora en la mujer de hispanoamérica. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(5), 106-112.

- Hernández Palma, H., Barrios Parejo, I., y Martínez Sierra, D. (2018). Gestión de la calidad: Elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16(28), 169-185. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2018v16n28.2130>
- Hernández-Sampieri, R., Collado Fernadez, C., y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta. Edición). McGRAW-HILL Education.
- Huilcapi-Masacon, M. R., y Mora-Aristega, J. E. (2017). Gestión del conocimiento, activo importante para el desarrollo empresarial. *Revista UNIANDES Episteme*, 4(3 (Julio-Septiembre)), 301-311.
- INEI. (2016, septiembre 26). *Nota de prensa «La informalidad es el principal factor que limita el crecimiento de las empresas»*. <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/la-informalidad-es-el-principal-factor-que-limita-el-crecimiento-de-las-empresas-9327/>
- Kucharčíková, A., Mičiak, M., y Hitka, M. (2018). Evaluating the Effectiveness of Investment in Human Capital in E-Business Enterprise in the Context of Sustainability. *Sustainability*, 10(9), 3211. <https://doi.org/10.3390/su10093211>
- López-Roldán, P., y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa* (1era.). Universitat Autònoma de Barcelona. <http://ddd.uab.cat/record/129382>
- Medina Alvarado, I. L. (2019). *DESARROLLO EDUCATIVO, ECONÓMICO Y SOCIAL, APORTES DE LA TEORÍA DEL CAPITAL HUMANO EN AMÉRICA LATINA*.

- Mehmood, T., Alzoubi, H. M., Alshurideh, M., Al-Gasaymeh, A., y Ahmed, G. (2019). Schumpeterian Entrepreneurship Theory: Evolution and Relevance. *Academy of Entrepreneurship Journal; Arden*, 25(4), 1-10.
- Mendoza Briones, A. A. (2017). Importancia de la gestión administrativa para la innovación de las medianas empresa comerciales en la ciudad de Manta. *Dominio de las Ciencias*, 3(2), 947-964.
- Mendoza, J. L. (2018). Entrepreneurship in Peru: The role of individual sociodemographic factors at the departmental level. *Estudios Gerenciales*, 34(146), 19-33.
<https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2810>
- Mero-Vélez, J. M. (2018). Empresa, administración y proceso administrativo. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. ISSN : 2588-090X . *Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)*, 3(8), 84-102. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v3i8.59>
- Meyer, D., y Meyer, N. (2017). Management of small and medium enterprise (SME) development: An analysis of stumbling blocks in a developing region. *ResearchGate*, 16, 127-141.
<https://doi.org/10.17512/pjms.2017.16.1.11>
- Ministerio de la Producción. (2020, febrero 14). *Innovate Perú impulsará crecimiento de MIPYMES y despegue de emprendimientos innovadores—Innovate Perú*. Innovate Perú impulsará crecimiento de MIPYMES y despegue de emprendimientos innovadores.
<https://www.innovateperu.gob.pe/noticias/noticias/item/2082-innovate->

peru-impulsara-crecimiento-de-mipymes-y-despegue-de-
emprendimientos-innovadores

Morán Ruiz, E. (2017). La calidad del servicio al cliente externo administrativo vinculado al incremento de las ventas en el Grupo Santillana. *Espirales Revista Multidisciplinaria de Investigación*, 9, 24.

Mora-Pisco, L. L., Duran-Vasco, M. E., y Zambrano-Loor, J. G. (2016). Consideraciones actuales sobre gestión empresarial. *Dominio de las Ciencias*, 2(4), 511-520. <https://doi.org/10.23857/dc.v2i4.276>

Mundaca Guerra, J. A., Huarachi Chávez, J., y Cervera Vallejos, M. F. (2019). Modelo conceptual de desarrollo empresarial para las MYPES: Caso Centro de Desarrollo Empresarial. *EDUCARE ET COMUNICARE: Revista de investigación de la Facultad de Humanidades*, 7(2), 30-43. <https://doi.org/10.35383/educare.v7i2.296>

Musah, A., Gakpetor, E. D., y Poma, P. (2018). Financial Management Practices, Firm Growth and Profitability of Small and Medium Scale Enterprises (SMEs). *Information Management and Business Review*, 10(3), 25-37. <https://doi.org/10.22610/imbr.v10i3.2461>

Navarro Silva, O., Ferrer Reyes, W., y Burgos Bencomo, O. (2018). La calidad como factor estratégico en el desarrollo competitivo de las pequeñas y medianas empresas. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(2), 171-174.

Organización Internacional del Trabajo. (2015). *Panorama Laboral Temático 2. Pequeñas empresas, grandes brechas. Empleo y condiciones de trabajo en las MYPE de América Latina y el Caribe*. http://www.ilo.org/americas/publicaciones/WCMS_398103/lang-es/index.htm

- Paredes-Valverde, Y., Cahuana-Mamani, R., Carrasco-Inga, L., Quispe-Herrera, R., y Garate-Quispe, J. (2019). Factores que inciden en el crecimiento de las Mypes del sector forestal (aserraderos) en la Amazonía de Madre de Dios. *Ceprosimad*, 7(2), 49-59.
- Pazmay Ramos, S. G., Pardo Paredes, E. V., y Ortiz del Pino, Á. R. (2017). Características de la comunicación en empresas ecuatorianas: Una primera aproximación. *Acta de Investigación Psicológica*, 7(2), 2705-2716. <https://doi.org/10.1016/j.aippr.2017.03.006>
- Pereira-Bolaños, C. A. (2019, mayo 30). *Actualidad de la gestión empresarial en las pymes* (Text.Serial.Journal N.º 24). Apuntes Contables. <https://doi.org/10.18601/16577175.n24.03>
- Pincay-Morales, Y. M., y Parra-Ferrié, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 1118-1142. <https://doi.org/10.23857/dc.v6i3.1341>
- Ponce Regalado, F., y Zevallos, E. (2017). La innovación en la micro y la pequeña empresa (MYPE): No solo factible, sino accesible. *360: Revista de Ciencias de la Gestión*, 2, 46-68. <https://doi.org/10.18800/360gestion.201702.003>
- Ramírez Casco, A. del P., Ramírez Garrido, R. G., y Calderón Moran, E. V. (2017). La Gestion Administrativa En El Desarrollo Empresarial. *Contribuciones a La Economía*, 2017-01. <https://ideas.repec.org/a/erv/contri/y2017i2017-0108.html>

- Ramirez, E. D., y Campos, W. B. (2020). Microempresas en pandemia: Una aproximación desde el discurso del emprendedor. *Economía y Negocios*, 2(2), 22-31. <https://doi.org/10.33326/27086062.2020.2.968>
- Ramírez Ríos, A., y Polack Peña, A. M. (2020). Estadística inferencial. Elección de una prueba estadística no paramétrica en investigación científica. *Horizonte de la Ciencia*, 10(19), 191-208.
- Ramos Rosas, C. D. (2020). La Gestión de Calidad, la Competitividad, el Financiamiento y la Formalización en las Mype de la Provincia de Sullana, Perú. *Revista Tecnológica - ESPOL*, 32(1), 5-5. <https://doi.org/10.37815/rte.v32n1.699>
- Ramos-Galarza, C. (2020). Los Alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9, 1. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Recursos bibliográficos. (2020). *Guía Normas APA Séptima 7.ª Edición 2020*. https://ciencia.lasalle.edu.co/recursos_bibliograficos/11
- Reyes Velez, P. E., Mieles, J. C., Zambrano Suárez, R. O., y Arreaga Pérez, M. H. (2019). Gestión de la calidad en el servicio al cliente y su incidencia en la sostenibilidad de las Pymes en el Ecuador a través del modelo Servqual. *Dominio de las Ciencias*, 5(4), 200-217. <https://doi.org/10.23857/dc.v5i4.1532>
- Rogel Villacis, J. L. (2018). LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: BINOMIO CLAVE EN AGENCIAS DE VIAJES EN ECUADOR. *Revista Memoralia*, 15, Article 15. <http://150.187.216.84/index.php/rmemorialia/article/view/777>
- Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., Pacheco-Ruíz, C., y Hernández-Palma, H. G. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la

responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información tecnológica*, 31(4), 221-232. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>

Sánchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>

Sanchez Olivares, I. K., y Sanchez Olivares, N. J. (2018). Perfil del mercado meta en función a las percepciones y expectativas del servicio. *RECITIUTM*, 4(2), 59-82.

Sandoval Vásquez, J. F., y Hernández Castro, G. (2018). Crítica a la teoría del capital humano, educación y desarrollo socioeconómico. *Revista Ensayos Pedagógicos*, 13(2), 137-160. <https://doi.org/10.15359/rep.13-2.7>

Serrano Torres, M. G., Quezada-Flores, Ma. D. L. L., Zambrano Valdivieso, O. J., y Marquez de Anda, C. (2017). La importancia de la filosofía en las empresas familiares de las micros y pequeñas empresas de México y Colombia. *Ide@s Concyteg*, 12(160), 15-27.

Silvera Sarmiento, A., Corredor Bustamante, A., Bermeo Duque, H., Ramírez Betancur, C., y Van Son, N. (2016). Centros de desarrollo empresarial zonal: Experiencias significativas de desarrollo sostenible en Medellín. *Revista Lasallista de Investigación*, 13(2), 57-79. <https://doi.org/10.22507/rli.v13n2a6>

Sulistyo, H. y Ayuni, S. (2020). Competitive advantages of SMEs: The roles of innovation capability, entrepreneurial orientation, and social capital.

- Contaduría y Administración*, 65(1).
<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.1983>
- Tapia-Cárdenas, H. A., Erazo-Álvarez, J. C., Narváez-Zurita, C. I., y Matovelle-Romo, M. M. (2020). Estrategias para fomentar el emprendimiento y desarrollo empresarial. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 833-861. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.837>
- Teran-Yepe, E., y Guerrero-Mora, A. M. (2020). Teorías de emprendimiento: Revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista ESPACIOS*, 41(07).
<http://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410707.html>
- Tineo, R. (2020, mayo 20). Si quiebran las mypes, quiebra el Perú. *La Cámara*.
<https://lacamara.pe/jorge-ochoa-si-quiebran-las-mypes-quiebra-el-peru/>
- Vargas-Tarazona, B. E., Ayala-Toledo, P. G., Martel-Carranza, C. P., y Martel, N. Z. T.-S. de. (2021). Efectos económicos de la COVID-19 en los empresarios del sector privado, Huánuco, 2020. *Gaceta Científica*, 7(2), 45-50. <https://doi.org/10.46794/gacien.7.2.1080>
- Vásquez-González, Y. L. (2018). Midiendo el capital social: Una aproximación desde la participación ciudadana en gobiernos locales. *Revista Española de Ciencia Política*, 103-128. <https://doi.org/10.21308/recp.48.04>
- Velásquez Restrepo, S. M., Pino Martínez, A. A., Restrepo, E. J., y Viana Rúa, N. E. (2018). *Innovación en empresas: Estado del arte considerando tendencias para su implementación*. 39, 16.
- Vera, J., y Trujillo, A. (2018). Assessing the effect of service quality over user satisfaction in public health institutions in Mexico. *Contaduría y Administración*, 63(2), 0-0. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2016.07.003>

Villasís-Keever, M. Á., y Miranda-Navales, M. G. (2016). El protocolo de investigación IV: Las variables de estudio. *Revista Alergia México*, 63(3), 303. <https://doi.org/10.29262/ram.v63i3.199>

ANEXOS

ANEXO N° 01: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES (RELACIONADO CON EL MARCO TEÓRICO)

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
V. Independiente PROGRAMA DESARROLLO EMPRESARIAL	Se manifiesta como un concepto integrador que articula diversos elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos, logrando un impacto positivo en las entidades mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano (González Díaz y Becerra Pérez, 2019).	El programa de desarrollo empresarial se define por el nivel de logro de aspectos relacionados al emprendimiento, innovación, crecimiento y sostenibilidad alcanzados por las MYPES asociadas a la CAPDEMP Piura antes y después de aplicado el programa propuesto.	<i>Emprendimiento</i>	- Espíritu Empresarial - Formalidad del negocio - Género de la emprendedora - Resistencia a la pandemia	Ordinal
			<i>Innovación</i>	- Diferenciación de productos y/o servicios - Estrategias de marketing - Uso de tecnologías de la información	
			<i>Crecimiento</i>	- Generación de ingresos económicos - Apoyo del gobierno - Orientación empresarial - Apoyo de la familia	
			<i>Sostenibilidad</i>	- Impacto ambiental - Impacto social - Resultados económicos	
V. Dependiente CALIDAD DEL SERVICIO	Se manifiesta como la evaluación del servicio en negocios de servicios y de productos que involucran alguna forma de servicio en la atención al cliente (Trujillo y Vera, 2018).	La calidad de servicio se define por el nivel de logro de aspectos relacionados a las necesidades y expectativas de los clientes alcanzadas por MYPES asociadas a la CAPDEMP Piura antes y después de aplicado el programa propuesto.	<i>Necesidades del cliente</i>	- Filosofía de servicio - Necesidades personales	Ordinal
			<i>Expectativa del cliente</i>	- Servicio deseado - Servicio adecuado	

Nota. Elaborado por Letty Angélica Huacchillo Pardo

ANEXO N° 02: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: “Programa desarrollo empresarial para la calidad de las micro y pequeñas empresas asociadas a la Cámara Peruana de Desarrollo Empresarial – Piura”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA
¿Cómo un programa de desarrollo empresarial influye en la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP de Piura, 2021?	OBJETIVO GENERAL: Determinar la influencia de un programa de desarrollo empresarial en la calidad de servicio de MYPES asociadas a la CAPDEMP de Piura, 2021.	Hi: La aplicación de un programa de desarrollo empresarial influye significativamente en la calidad de servicio en las MYPES asociadas a la CAPDEMP de Piura, 2021. Ho: La aplicación de un programa de desarrollo empresarial no influye significativamente en la calidad de servicio en las MYPES asociadas a la CAPDEMP de Piura, 2021.	V. Independiente: DESARROLLO EMPRESARIAL: Se manifiesta como un concepto integrador que articula diversos elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos, logrando un impacto positivo en las entidades mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano (González Díaz y Becerra Pérez, 2019).	<i>Emprendimiento</i>	Tipo de investigación Aplicada Diseño: Pre experimental <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">G O1 X O2</div> Enfoque: Cuantitativo	Población: 15 MYPES asociadas a la CAPDEMP – Piura. Muestra: 15 MYPES asociadas a la CAPDEMP – Piura.
	1. Evaluar a las participantes de la CAPDEMP-Piura antes de la aplicación del programa de desarrollo empresarial		V. Dependiente: CALIDAD DE SERVICIO: Se manifiesta como la evaluación del servicio en negocios de servicios y de productos que involucran alguna forma de servicio en la atención al cliente (Trujillo y Vera, 2018).	<i>Innovación</i>		
	2.- Diseñar el programa de desarrollo empresarial para la mejora de la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP			<i>Crecimiento</i>		
	3. Ejecutar el programa de desarrollo empresarial orientado a la mejora de la calidad de servicio de las MYPES asociadas a la CAPDEMP			<i>Sostenibilidad</i>		
4. Calificar a las participantes de la CAPDEMP-Piura después de la aplicación del programa de desarrollo empresarial				<i>Necesidad del cliente</i>		
				<i>Expectativa del cliente</i>		

Nota. Elaborado por Letty Angélica Huacchillo Pardo

ANEXO N° 03: CUESTIONARIO APLICADO

Estimada emprendedora:

El presente cuestionario tiene como propósito determinar la influencia de un programa de desarrollo empresarial para la calidad de las micro y pequeñas empresas asociadas a la Cámara Peruana de Desarrollo Empresarial – Piura. Dicha información es de interés para el desarrollo de una tesis doctoral de la Unidad de Posgrado de Universidad César Vallejo – Campus Piura por lo que pido a usted su colaboración para su llenado.

Por favor lea atentamente cada pregunta y seleccione la respuesta que usted considere más se ajuste a su realidad.

¡Muchas gracias por su apoyo y colaboración!

I. DATOS GENERALES:

Apellidos: _____ Nombres: _____

DNI: _____ Teléfono Celular: _____ Distrito al que pertenece: _____

Correo electrónico: _____

RUC	
Sí	
No	

TIPO DE EMPRENDIMIENTO	
De productos	
De servicio	
Ambos	

PERMANENCIA EN EL MERCADO	
Menos de un año	
De un año a cinco años	
De cinco años a más	

PERSONAL A CARGO	
Solo yo	
Entre 1 a 10	
De 10 a más	

TIPO DE LOCAL	
En mi domicilio	
Fuera de mi domicilio	

GRADO DE INSTRUCCIÓN	
Básica – Secundaria	
Técnica	
Universitaria	
Posgrado	
Otros	

II. VARIABLE: DESARROLLO EMPRESARIAL

PRENDIMIENTO						
ÍTEMS		5	4	3	2	1
01	Su emprendimiento surgió como respuesta a una necesidad que observó no estaba cubierta en el mercado.					
02	Procura que su emprendimiento cumpla con las formalidades establecidas por el gobierno.					
03	Puede afirmar que su condición de mujer ha representado un factor limitante para el desarrollo de su emprendimiento.					
04	Considera que a pesar de la pandemia por la COVID-19 su emprendimiento prosperará económicamente.					
INNOVACIÓN						
ÍTEMS		5	4	3	2	1
05	Los productos y/o servicios que ofrece al público se distinguen de los ofrecidos por sus competidores.					
06	Diferenciar los productos y/o servicios que ofrece al público influye al momento de ofrecerlos al público.					
07	Los productos y/o servicios que ofrece necesitan ser promocionados para ser adquiridos por el público.					
08	El uso de la tecnología ayuda a posicionar su emprendimiento en el mercado.					
CRECIMIENTO						
ÍTEMS		5	4	3	2	1
09	Lo más importante para que su emprendimiento crezca es tener más ingresos.					
10	El apoyo que brinda el gobierno potencia el crecimiento de su emprendimiento.					
11	La orientación de profesionales ayuda a que su emprendimiento mejore.					
12	Los miembros de la familia son elementos claves para el desarrollo de su emprendimiento.					
SOSTENIBILIDAD						
ÍTEMS		5	4	3	2	1
13	Su emprendimiento ofrece productos y/o servicios que respetan el cuidado del medio ambiente					
14	Es necesario llevar un control de los ingresos y egresos que genera su emprendimiento.					
15	Conoce los recursos que su emprendimiento necesita para funcionar (agua, energía eléctrica, papel, entre otros).					
16	Es relevante que su emprendimiento tenga conexión con la comunidad dónde se desarrolla.					

LEYENDA:

TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
5	4	3	2	1

III. VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO

FILOSOFÍA DEL SERVICIO						
ÍTEMS		5	4	3	2	1
01	Conoce como hacer las cosas en su emprendimiento.					
02	Dedica tiempo para analizar si la forma como conduce su emprendimiento realmente funciona.					
03	Es fundamental establecer protocolos de atención específicos para el público.					
04	Es importante capacitar a las personas que tienen a cargo la atención al público.					
NECESIDADES PERSONALES						
ÍTEMS		5	4	3	2	1
05	Conoce a fondo los productos y/o servicios que ofrece a público.					
06	Es importante ofrecer a su público productos y/o servicios que realmente necesiten.					
07	Los productos y/o servicios que ofrece cumplen las condiciones de calidad necesarias para satisfacer a su público.					
08	Implementa cambios en los productos y/o servicios que ofrece en función a las exigencias del público.					
SERVICIO DESEADO						
ÍTEMS		5	4	3	2	1
09	Las personas acuden a su emprendimiento porque ofrece mejores productos y/o servicios que la competencia.					
10	La preferencia de su público es por el trato que les brinda al momento de su atención.					
11	Su emprendimiento ofrece un local de atención adecuado a los productos y/o servicios que brinda.					
12	Las personas se sienten satisfechos por las formas de pago que ofrece su emprendimiento.					
SERVICIO ADECUADO						
ÍTEMS		5	4	3	2	1
13	Si no es un buen día en su emprendimiento el público debe aceptar lo que se le puede ofrecer.					
14	El público no satisfecho retorna nuevamente a su emprendimiento a pesar de la mala experiencia.					
15	Conocer las quejas o reclamos del público ayuda a mejorar a su emprendimiento.					
16	El público acude a su emprendimiento porque ofrece precios bajos y no por la calidad de sus productos y/o servicios.					

LEYENDA:

TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
5	4	3	2	1

ANEXO N° 04: VALIDEZ DE EXPERTOS

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS: DRA. PATRICIA PADILLA VENTO (METODÓLOGA)

TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: “Programa desarrollo empresarial para la calidad de las micro y pequeñas empresas asociadas a la Cámara Peruana de Desarrollo Empresarial – Piura”

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 – 20				Regular 21 – 40				Buena 41 – 60				Muy Buena 61 – 80				Excelente 81 – 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			X		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			X		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																			X		
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			X		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			X		
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																			X		
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																			X		
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																			X		
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																			X		

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 28 de diciembre de 2020

Nombre y Apellidos Dra. Patricia Padilla Vento
DNI 09402744
Teléfono 987 638 101
E-mail: pventopa@ucv.edu.pe



FIRMA

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Patricia Padilla Vento; con DNI N° 09402744 registrado con código N° SUNEDU N° 003608, profesión Contador Público; Doctora en Contabilidad; desempeñándome actualmente como Directora de Escuela Profesional de la Escuela de Contabilidad de la Universidad César Vallejo; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos los cuales se aplicaran en el proceso de la investigación.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

INTRUMENTOS	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura 28 de diciembre del 2020.

Apellidos y Nombres : Dra. Patricia Padilla Vento

DNI : 09402744

Especialidad : Auditoría y Finanzas

E-mail : pventopa@ucv.edu.pe



Dra. Patricia Padilla Vento

RESUMEN DE HOJA DE VIDA

DATOS GENERALES

- 1.1. Lugar de nacimiento: Pasco
- 1.2. DNI: 09402744
- 1.3. Domicilio: Jr. Gregorio Sisa N°178 Urb Los Tumis Lima 06
- 1.4. Teléfonos: 527-8398 987-638101
- 1.5. E-mail: patriciapadillavento@gmail.com
- 1.6. ORCID: 0000-0002-3151-2303



PHD. *Ética Responsabilidad Social y Derechos Humanos* por la Universidad Abat Oliba CEU Barcelona- España. Doctora en Contabilidad por la Universidad Nacional Federico Villarreal (UNFV), Perú, Maestra en Auditoría Contable y Financiera (UNFV), Maestra en Gestión Pública por la Universidad César Vallejo (UCV), Contadora Pública (UNFV) y Ciencias de la Educación (UNEGV). Auditora Independiente. Amplia experiencia como Contadora General y Auditora en organizaciones públicas y privadas. Par evaluador Consejo de Acreditación de Ciencias Sociales, Contables y Administrativas en la Educación Superior de Latinoamérica A.C. México - CACSLA. Pasantía con la Beca Alianza del Pacífico a la Universidad Santo Tomás de Bogotá (USTA) Colombia para desarrollar el curso de metodología de investigación. Ponente en congresos Internacionales. Especialización en Investigación Científica (USMP), asesora de proyectos y desarrollo de tesis. Autora de artículos en revistas internacionales como en la Revista Proyecciones de la Universidad de La Plata de Argentina los años 2017 y 2018, en el 2019, publicación del Libro por la Universidad Autónoma de México "*Emprendimiento Social, reto para la Universidad Latinoamericana*", resultado de un Macro Proyecto de Investigación realizado con 14 Universidades de América Latina. Evaluadora de Artículos de Investigación, para el 1er Congreso Internacional de Empleabilidad y mercado laboral de Alianza del Pacífico: en el marco del proyecto del programa Erasmus de la Unión Europea. En octubre del 2019, participación con tópicos de Tesis en Budapest –Hungría. En el año 2020, trabajando en la segunda Fase del Libro; "*Factores Limitantes y Factores impulsores del desarrollo del emprendimiento social en América Latina*". Actualmente es Directora Nacional de la Escuela de Contabilidad de la Universidad Cesar Vallejo.

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS: DRA. EMMA VERÓNICA RAMOS FARROÑAN (METODÓLOGA)

TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: “Programa desarrollo empresarial para la calidad de las micro y pequeñas empresas asociadas a la Cámara Peruana de Desarrollo Empresarial – Piura”

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 – 20				Regular 21 – 40				Buena 41 – 60				Muy Buena 61 – 80				Excelente 81 – 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																X					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																X					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																X					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																X					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																X					
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																X					
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																X					
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																X					
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																X					

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 28 de diciembre de 2020

Nombre y Apellidos Dra. Emma Verónica Ramos Farroñan
DNI 40545530
Teléfono 979 655 045
E-mail: eramosf@ucv.edu.pe



FIRMA

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Emma Verónica Ramos Farroñan; con DNI N° 40545530 registrado con código N° SUNEDU 04304, profesión Administradora; Doctora en Educación; desempeñándome actualmente como docente universitario; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos los cuales se aplicaran en el proceso de la investigación.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

INTRUMENTOS	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura 28 de diciembre del 2020.

Apellidos y Nombres : Dra. Emma Verónica Ramos Farroñan
 DNI : 40545530
 Especialidad : Administración – Emprendimiento e Innovación



Dra. Emma Verónica Ramos Farroñan

RESUMEN DE HOJA DE VIDA

DATOS GENERALES

- 1.1. Lugar de nacimiento: Chiclayo
- 1.2. DNI: 40545530
- 1.3. Domicilio: Urb. Urbanización Av. Manuel Arteaga 775 Urb. Caja De Depósitos - Chiclayo
- 1.4. Teléfonos: 979 655 045
- 1.5. E-mail: eramosf@ucv.edu.pe
- 1.6. ORCID: 0000-0003-1755-7967



Licenciada en Administración por la Universidad César Vallejo, Maestra en Administración con mención en gerencia empresarial por la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo y Doctora en Ciencias de la Educación por la Universidad Señor de Sipán. Amplia experiencia como docente universitaria en el dictado de experiencias curriculares relacionadas al rubro de las Ciencias Administrativas y, con especial énfasis, en el rubro de la investigación académica. Ha publicado diversos artículos de investigación relacionados al campo de las ciencias empresariales. Ha sido reconocida por su desempeño docente universitario en función al desempeño exhibido. Actualmente se desempeña como docente a tiempo completo de la Escuela de Contabilidad de la Universidad César Vallejo – Campus Piura.

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS: DR. YVÁN ALEXANDER MENDIVEZ ESPINOZA (COMUNICADOR)

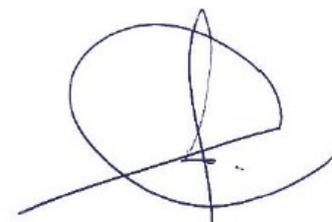
TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: "Programa desarrollo empresarial para la calidad de las micro y pequeñas empresas asociadas a la Cámara Peruana de Desarrollo Empresarial – Piura"

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 – 20				Regular 21 – 40				Buena 41 – 60				Muy Buena 61 – 80				Excelente 81 – 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																					X
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																					X
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																					X
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																					X
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																					X
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																					X
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																					X
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																					X
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																					X

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 28 de diciembre de 2020

Nombre y Apellidos Dr. Yván Alexander Mendivez Espinoza
DNI 19188655
Teléfono 965 381 230
E-mail: ymendivez@ucv.edu.pe

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized loop on the left and a vertical stroke on the right, with a horizontal line crossing through the middle.

FIRMA

CONSTANCIA DE VALIDACION

Yo, Yván Alexander Méndez Espinoza; con DNI N° 19188655 registrado con código N° SUNEDU 024-2016-UCV profesión INGENIERO INDUSTRIAL; DOCTOR EN COMUNICACIÓN SOCIAL; desempeñándome actualmente como docente de posgrado; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos los cuales se aplicaran en el proceso de la investigación.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones. |

INTRUMENTOS	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

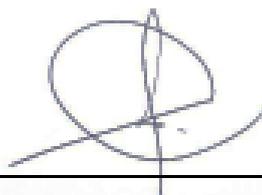
En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura 28 de diciembre del 2020.

Apellidos y Nombres : Méndez Espinoza Yván Alexander

DNI : 19188655

Especialidad : Comunicación social

E-mail : ymendez@ucv.edu.pe



Dr. Yvan Alexander Méndez Espinoza

RESUMEN DE HOJA DE VIDA

DATOS GENERALES

- 1.1. Lugar de nacimiento: Trujillo
- 1.2. DNI: 19188655
- 1.3. Domicilio: Urb. Urbanización Av. América Oeste 382
Departamento 1302 Urb. Los Cedros Av. Avenida Nro.382
- 1.4. Teléfonos: 965 381 230
- 1.5. E-mail: ymendivez@ucv.edu.pe
- 1.6. ORCID: 0000-0002-7848-7002



- Doctor en Comunicación Social, Magíster en Educación.
- Ingeniero Industrial, Comunicador Social y Publicista.
- Director General de Ya! Comunicaciones.
- Se considera Comunicador en esencia, con más de 30 años de profesionalidad.
- Designado como Embajador del Diseño Latino, por la Universidad de Palermo, Argentina.
- Designado como Embajador de la Marca APEPCOM, por la Asociación Peruana de Profesionales en Comunicación, Perú.
- Director Fundador de la Carrera de Artes & Diseño Gráfico Empresarial de la Universidad Señor de Sipán. Chiclayo
- Catedrático de Pregrado y Posgrado en diversas universidades de Latinoamérica.
- Cuenta con experiencia en Comunicación, Marketing, Arte y Diseño Visual, Habilidades Blandas y Directivas, Creatividad e Innovación, Planeación, Gestión y Administración Empresarial e Investigación Científica.
- Conferencista Internacional, ha llevado sus ponencias a México, Argentina, Ecuador, Colombia, Bolivia, Uruguay, Chile y Brasil.
- Gestor, Investigador y Proactivo. Humano, Latinoamericano y Ciudadano.

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS: DR. JHON BAUTISTA FASABI (ESPECIALISTA)

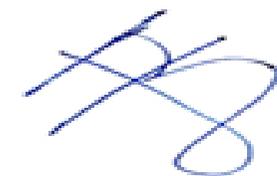
TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: “Programa desarrollo empresarial para la calidad de las micro y pequeñas empresas asociadas a la Cámara Peruana de Desarrollo Empresarial – Piura”

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 – 20				Regular 21 – 40				Buena 41 – 60				Muy Buena 61 – 80				Excelente 81 – 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																X					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																X					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																X					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																X					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																X					
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																X					
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																X					
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																X					
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																X					

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 01 de mayo de 2021

Nombre y Apellidos Dr. Jhon Bautista Fasabi
DNI 42050675
Teléfono 976 961 850
E-mail: jhonbautista007@gmail.com



FIRMA

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

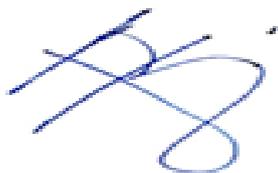
Yo, Jhon Bautista Fasabi; con DNI N° 42050675 registrado con código N° SUNEDU N° 0290-2021-UCV, profesión Contador Público; Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad; desempeñándome actualmente como coordinador de carrera universitaria y docente universitario; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos los cuales se aplicaran en el proceso de la investigación.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

INTRUMENTOS	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura 28 de diciembre del 2020.

Apellidos y Nombres : Dr. Jhon Bautista Fasabi
 DNI : 42050675
 Especialidad : Emprendimiento e Innovación
 E-mail : jhonbautista007@gmail.com



Dr. Jhon Bautista Fasabi

RESUMEN DE HOJA DE VIDA

DATOS GENERALES

- 1.1. Lugar de nacimiento: San Martín
- 1.2. DNI: 42050675
- 1.3. Domicilio: Pueblo Joven Jr. Los Ruiseñores N° 103 – San Martín
– Tarapoto.
- 1.4. Teléfonos: 976 961 850
- 1.5. E-mail: jhonbautista007@gmail.com
- 1.6. ORCID: 0000–0003– 0809–8463



Contador Público por la Universidad César Vallejo, Magister en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales por la Universidad César Vallejo y Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad por la Universidad César Vallejo. Amplia experiencia como docente universitario en el dictado de experiencias curriculares relacionadas al rubro de las Ciencias Contables y, con especial énfasis, en el rubro del emprendimiento y la tributación. Actualmente se desempeña como coordinador de carrera de la Escuela de Contabilidad de la Universidad César Vallejo – Campus Tarapoto, formando parte del grupo de investigación denominado “Innovación Contable, un paso al futuro” y contando con publicaciones en revistas científicas relacionadas a la evaluación de la gestión pública.

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS: DR. LUIS ENRIQUE ALVA PALACIOS GOMEZ (ESPECIALISTA)

TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN: “Programa desarrollo empresarial para la calidad de las micro y pequeñas empresas asociadas a la Cámara Peruana de Desarrollo Empresarial – Piura”

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 – 20				Regular 21 – 40				Buena 41 – 60				Muy Buena 61 – 80				Excelente 81 – 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																X					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																X					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																X					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																X					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																X					
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																X					
7. Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																X					
8. Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																X					
9. Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																X					

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 01 de mayo de 2021

Nombre y Apellidos Dr. Luis Enrique Alva Palacios Gómez
DNI 27148724
Teléfono 949708588
E-mail: enriquealva70@hotmail.com

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Luis Enrique Alva Palacios Gómez', written over a horizontal line.

FIRMA

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Luis Enrique Alva Palacios Gómez; con DNI N° 27148724 registrado con código N° SUNEDU N° 0064-2016-UCV, profesión Administrador; Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad; desempeñándome actualmente como asesor del sector público y docente universitario del nivel de posgrado; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación los instrumentos los cuales se aplicaran en el proceso de la investigación.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

INTRUMENTOS	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura 28 de diciembre del 2020.

Apellidos y Nombres : Dr. Luis Enrique Alva Palacios Gómez
 DNI : 27148724
 Especialidad : Administración pública
 E-mail : enriquealva70@hotmail.com



Dr. Luis Enrique Alva Palacios Gómez

RESUMEN DE HOJA DE VIDA

DATOS GENERALES

- 1.1. Lugar de nacimiento: La Libertad
- 1.2. DNI: 27148724
- 1.3. Domicilio: Urb. Urbanización Mz. H3 Lote 19 Urb. San Andrés -
Etapa 5ta La Libertad - Trujillo - Víctor Larco Herrera.
- 1.4. Teléfonos: 949708588
- 1.5. E-mail: enriquealva70@hotmail.com
- 1.6. ORCID: 0000-0003-3224-5363



Administración por la Universidad César Vallejo, Magister en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales por la Universidad César Vallejo y Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad por la Universidad César Vallejo. Amplia experiencia como docente universitario en el dictado de experiencias curriculares relacionadas al rubro de las Ciencias Administrativas y, con especial énfasis, en el rubro del administración y gestión pública y la investigación científica. Se ha desempeñado en diferentes cargos relacionados al sector público. Actualmente se desempeña como docente universitario de la Unidad de Posgrado de Universidad César Vallejo – Campus Lima Norte y contando con múltiples participaciones como jurado evaluador de grados de maestro y doctorado.

ANEXO N° 05: CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

Procesamiento de datos de cuestionario inicial (pretest)

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,832	,810	32

Procesamiento de datos de cuestionario posterior (postest)

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	15	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,813	32

ANEXO 6: ESCALAS Y NIVELES, DE LA VARIABLE DESARROLLO EMPRESARIAL COMO SUS DIMENSIONES Y LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO Y SUS DIMENSIONES, SEGÚN PUNTUACIÓN

Variable	Escala	Nivel
Desarrollo Empresarial	[16-37]	Bajo
	[38-59]	Medio
	[60-80]	Alto
Dimensiones	Escala	Nivel
Emprendimiento	[4-9]	Bajo
	[10-15]	Medio
	[16-20]	Alto
Innovación	[4-9]	Bajo
	[10-15]	Medio
	[16-20]	Alto
Crecimiento	[4-9]	Bajo
	[10-15]	Medio
	[16-20]	Alto
Sostenibilidad	[4-9]	Bajo
	[10-15]	Medio
	[16-20]	Alto
Variable	Escala	Nivel
Calidad de Servicio	[16-37]	Bajo
	[38-59]	Medio
	[60-80]	Alto
Dimensiones	Escala	Nivel
Necesidades del clientes	[8-18]	Bajo
	[19-29]	Medio
	[30-40]	Alto
Expectativas del cliente	[8-18]	Bajo
	[19-29]	Medio
	[30-40]	Alto

Nota. Elaborado por Letty Angélica Huacchillo Pardo

ANEXO N° 07: CARACTERIZACIÓN DE LA MUESTRA

N°	APELLIDOS DE LA EMPRENDEDOR A:	NOMBRES DE LA EMPRENDEDORA:	DOCUMENTO NACIONAL DE IDENTIDAD:	TELÉFONO CELULAR:	DISTRITO AL QUE PERTENECE :	CORREO ELECTRÓNICO:	¿Tiene RUC ?	TIPO DE EMPRENDIMIENTO:	PERMANENCIA EN EL MERCADO:	PERSO NAL A CARGO:	TIPO DE LOCAL:	GRADO DE INSTRUCCIÓN:
1	Gálvez González	Rosa	02670747	944893983	Veintiséis de Octubre	rosagalvez2345@gmail.com	No	Venta de productos	De un año a cinco años	Solo yo	En mi domicilio	Básica – Secundaria
2	Hurtado Zapata	Graciela	02772244	942520873	Veintiséis de Octubre	gracielahurtadozapata@gmail.com	No	Venta de productos	De cinco años a más	Solo yo	En mi domicilio	Básica – Secundaria
3	Santin Ruiz	Gremilda	02796791	985329393	Veintiséis de Octubre	santingremilda2@gmail.Com	No	Venta de productos	De un año a cinco años	Solo yo	En mi domicilio	Básica – Secundaria
4	Flores Tinoco	Carmen María	02870411	962475275	Veintiséis de Octubre	carmenflorestinoco.18@gmail.com	No	Venta de productos	De un año a cinco años	Solo yo	En mi domicilio	Básica – Secundaria
5	Osoria Benites De Palacios	Magaly	03694845	962235201	Veintiséis de Octubre	yeniii.17.mari@gmail.com	No	Venta de productos	De un año a cinco años	Solo yo	En mi domicilio	Básica – Secundaria
6	Chunga Pingo	María Gladys	05642891	995418691	Veintiséis de Octubre	gladischunga@hotmail.com	No	Venta de productos	De un año a cinco años	Solo yo	En mi domicilio	Básica – Secundaria
7	Márquez Domínguez	Yessenia	32544939	985419358	Veintiséis de Octubre	yesenia18marquez@hotmail.com	No	Venta de productos	De un año a cinco años	Solo yo	En mi domicilio	Básica – Secundaria
8	Ato Rojas	Brenda Lizbeth	72111322	979178611	Veintiséis de Octubre	atob709@gmail.com	No	Venta de productos	De un año a cinco años	Solo yo	En mi domicilio	Universitaria
9	Obando Temoche	Lesly Lucía	77675492	982924754	Piura	leslyobando06@gmail.com	No	Venta de productos	Menos de un año	Solo yo	En mi domicilio	Universitaria
10	Flores Tinoco	Mónica Cecilia	80165976	939401766	Piura	mflorestinoco2020@gmail.com	No	Venta de productos	Menos de un año	Solo yo	En mi domicilio	Técnica
11	Morales Domínguez	Lourdes Paola	80241385	971514513	Veintiséis de Octubre	moraleslourdesloli@hotmail.com	No	Venta de productos	De un año a cinco años	Solo yo	En mi domicilio	Básica – Secundaria
12	Temoche Wanchinlog	Cruz Concepción	80420207	935544126	Veintiséis de Octubre	cruztemoche03@gmail.com	No	Venta de productos	De un año a cinco años	Solo yo	En mi domicilio	Básica – Secundaria
13	Chávez Vilchez	Teresa Del Rosario	80580578	979947962	Veintiséis de Octubre	teresacha815@gmail.com	No	Venta de productos	Menos de un año	Solo yo	En mi domicilio	Universitaria
14	Alzamora Galan	Jessica	80581884	981860978	Veintiséis de Octubre	jessicagalanzamora@gmail.com	No	Venta de productos	De un año a cinco años	Solo yo	En mi domicilio	Básica – Secundaria
15	Falero Cordova	Karim	80666974	924987009	Veintiséis de Octubre	dfalerocordova@gmail.com	No	Venta de productos	De un año a cinco años	Solo yo	En mi domicilio	Básica – Secundaria

Nota. Elaborado por Letty Angélica Huacchillo Pardo

ANEXO N° 08: CARTA DE PRESENTACIÓN DE LA UNIDAD DE POSGRADO PIURA A LA CAPDEMP-PIURA



“Año de la universalización de la salud”

Piura, 22 de setiembre de 2020

N° Carta 001-2020

SR. PEDRO HERNÁNDEZ CARRERA

DIRECTOR EJECUTIVO CÁMARA PERUANA DE DESARROLLO EMPRESARIAL

Piura.-

Por medio del presente tengo a bien presentar a la Mg. Letty Angélica Huacchillo Pardo, identificada con código universitario 200000819, quien se encuentra realizando estudios doctorales en el programa de Gestión Pública y Gobernabilidad en el semestre académico 2020-02.

Como parte de sus encargos académicos en el curso de Proyecto de Investigación tiene la necesidad de establecer contacto con la entidad que usted regenta con la finalidad de elaborar la propuesta de proyecto de tesis denominado:

“Programa de desarrollo empresarial para mejorar la calidad de servicio de Mypes asociadas a la CAPDEMP - Piura 2021”

En ese sentido, acudo a su despacho para solicitar le brinde las facilidades necesarias a la mencionada estudiante para poder llevar a cabo la investigación que está planteando para obtener el grado de doctor.

Seguro de contar con su gentil atención, quedo de usted.



Dr. Edwin Martín García Ramírez
Jefe de la Unidad Posgrado – Piura
Universidad César Vallejo

ANEXO N° 09: CARTA DE ACEPTACIÓN DE CAPDEMP-PIURA PARA REALIZAR LA INVESTIGACIÓN



"AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: 200 AÑOS DE INDEPENDENCIA"

Piura, 17 de Mayo del 2021

SEÑORA:
MG. LETTY ANGÉLICA HUACCHILLO PARDO
DOCTORANTE DEL PROGRAMA DE GESTIÓN PÚBLICA Y
GOBERNANILIDAD – UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
PIURA. -

Por medio del presente tengo a bien informar que se ha procedido a la lectura de la carta N° Carta 001-2020 de fecha 22 de setiembre de 2020, emitida por la Jefatura de la Unidad de Posgrado de la Universidad César Vallejo Piura donde se me comunica las intenciones que tiene de realizar el trabajo académico denominado:

"Programa de desarrollo empresarial para mejorar la calidad de servicio de Mypes asociadas a la CAPDEMP - Piura 2021"

Para lo cual en mi condición de Director Ejecutivo de la Cámara Peruana de Desarrollo Empresarial acepto apoyar brindando el acceso a la información que considere pertinente, así como el contacto con mis representadas para los fines que su trabajo estime conveniente.

Esperando que esta información sea de su utilidad, quedo de usted.

Atentamente,



[Handwritten Signature]
Piedad Hernández Carrero
Directora Ejecutiva
CAPDEMP

ANEXO N° 10: CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE PROPUESTA



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN N° 01

Yo, Luis Enrique Alva Palacios Gómez; con DNI N° 27148724 registrado con código N° SUNEDU N° 0064-2016-UCV, profesión Administrador; Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad; desempeñándome actualmente como asesor del sector público y docente universitario del nivel de posgrado; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación la PROPUESTA de plan de acción para fortalecer la calidad de servicio de micro y pequeñas empresas asociadas a la CAPDEMP-Piura.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

INTRUMENTOS	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura 06 de agosto del 2021.

Apellidos y Nombres : Dr. Luis Enrique Alva Palacios Gómez

DNI : 27148724

Especialidad : Administración Pública

E-mail : enriquealva70@hotmail.com

Luis Enrique Alva Palacios Gómez
Dr. Gestión Pública y Gobernabilidad

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN N° 02

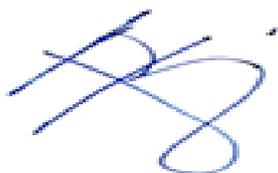
Yo, Jhon Bautista Fasabi; con DNI N° 42050675 registrado con código N° SUNEDU N° 0290-2021-UCV, profesión Contador Público; Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad; desempeñándome actualmente como coordinador de carrera universitaria y docente universitario; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación la PROPUESTA de plan de acción para fortalecer la calidad de servicio de micro y pequeñas empresas asociadas a la CAPDEMP-Piura.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

INTRUMENTOS	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura 06 de agosto del 2021.

Apellidos y Nombres : Dr. Jhon Bautista Fasabi
 DNI : 42050675
 Especialidad : Emprendimiento e Innovación
 E-mail : jhonbautista007@gmail.com



Dr. Jhon Bautista Fasabi
Dr. Gestión Pública y Gobernabilidad

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN N° 03

Yo, Dra. Cecilia Teresita de Jesús Carbajal Llauce; con DNI N°-42830121; registrado con código N° ORCID 0000-0002-1162-8755 de profesión docente universitario; Doctora en Gestión Pública y Gobernabilidad; desempeñándome actualmente como docente de investigación; por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación la **PROPUESTA de Plan de acción para fortalecer la Calidad de servicio de micro y pequeñas empresas asociadas a la CAPDEMP-Piura.**

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

VALIDACIÓN PROPUESTA	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura el 6 de agosto del 2021:

Apellidos y Nombres : Cecilia Teresita de Jesús Carbajal Llauce
 DNI : 42830121
 Especialidad : Licenciada en Educación Primaria y abogada
 E-mail : cllauct@ucvvirtual.edu.pe



Cecilia Teresita de Jesús Carbajal Llauce
 Dra. Gestión Pública y Gobernabilidad