



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Análisis de la Consultoría de servicio empresarial con enfoque
cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Cama Sotelo, Manuel Salvador (ORCID: 0000-0002-1151-3640)

ASESOR:

Dr. Garcia Yovera, Abraham Jose (ORCID: 0000-0002-5851-1239)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CALLAO – PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo a Dios Todopoderoso y a su creación divina, lo que ha permitido darme la fuerza, voluntad y dedicación para lograr el objetivo trazado.

Agradecimiento

Agradezco a toda mi familia, amigos y colegas y docentes de la asignatura, quienes coadyuvaron en la culminación de este trabajo, quienes aportaron sus conocimientos, actitudes, tiempo, esfuerzos, experiencias y alientos de manera incondicional. ¡Gracias por todo!

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de tablas	v
Resumen.....	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variable y operacionalización.....	15
3.3. Población, muestra y muestreo	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	17
3.5. Procedimientos.....	17
3.6. Método de análisis de datos.....	18
3.7. Aspectos éticos	18
IV. RESULTADOS.....	19
4.1. Resultados descriptivos.....	19
4.2. Resultados según los objetivos propuestos en el estudio	20
V. DISCUSIÓN	24
VI. CONCLUSIONES	28
VII. RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS.....	32
ANEXOS	35

Índice de tablas

Tabla 1: Matriz de operacionalización de la variable	37
Tabla 2: Matriz de consistencia	38

Resumen

La tesis se denominó Análisis de la Consultoría de servicio empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022. Tuvo como objetivo principal analizar el servicio de consultoría empresarial que las empresas consultoras prestan a las pequeñas y microempresas establecidas en el cono norte de Lima metropolitana. El diseño fue no experimental, de corte transeccional, de tipo básica, de nivel descriptivo, con enfoque cuantitativo. La población fue constituida por 280 microempresas localizadas en el cono norte de Lima, el muestreo fue sistemático y la muestra seleccionada fue de 40 microempresarios. El instrumento empleado fue un cuestionario estructurado con preguntas cerradas y con una escala de Likert. La técnica empleada fue una encuesta, obteniéndose una confiabilidad del instrumento, catalogada como alta, con un coeficiente Alfa de Cronbach de 0,93. Los resultados hallados concluyeron que el 95% de los encuestados afirmaron que la consultoría de servicios empresariales se encuentran en una condición regular, el plan estratégico fue percibido como regular, con un 90%; el plan de operaciones también fue percibido como regular con un 92,5%, igualmente el plan de marketing fue afirmado como regular con el 97,5%.

Palabras claves: consultoría empresarial, enfoque cuántico, mypes, plan estratégico, plan de operaciones

Abstract

The thesis was called Analysis of the Business Service Consulting with a quantum approach in the Mypes of northern Lima, 2022. Its main objective was to analyze the business consulting service that consulting companies provide to small and micro-enterprises established in the northern cone of Lima. metropolitan. The design was non-experimental, transectional, basic type, descriptive level, with a quantitative approach. The population was made up of 280 microenterprises located in the northern cone of Lima, the sampling was systematic and the selected sample was 40 microentrepreneurs. The instrument used was a structured questionnaire with closed questions and a Likert scale. The technique used was a survey, obtaining a reliability of the instrument, classified as high, with a Cronbach's Alpha coefficient of 0.93. The results found concluded that 95% of the respondents affirmed that the business services consultancy is in a regular condition, the strategic plan was perceived as regular, with 90%; the operations plan was also perceived as regular with 92.5%, likewise the marketing plan was affirmed as regular with 97.5%.

Keywords: business consulting, quantum approach, mypes, strategic plan, operations plan

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, los trabajos de investigación relacionados a los servicios prestados por las consultorías empresariales están evidenciando un crecimiento relevante, con relación a tiempos anteriores. Es innegable el valor que aportan estos servicios profesionales a las empresas de mediana y gran envergadura.

El rubro de la consultoría se encuentra en un importante crecimiento a nivel mundial. Al respecto, Hernández (2017) declaró que en los Estados Unidos de Norteamérica operan más de 7,000 firmas de consultoras empresariales, además afirmó que, en México, los directivos de empresas, convencidos de los grandes beneficios que las consultorías pueden constituir en favor del desempeño de sus organizaciones, cada vez contratan más los servicios de empresas dedicadas a dicho rubro. Además, afirmó que en Europa en general, existe una regular dinámica y crecimiento del rubro de estas empresas, sin embargo, en ciertas naciones de Europa, como es el caso de Inglaterra, España, Francia, el auge de las empresas consultoras empresariales presenta cifras positivamente impresionantes en los últimos 25 años. También señaló que otros países, los pequeños negocios disponen de servicios de consultoría, subsidiados por sus respectivos gobiernos, como formas alternas de la política de promoción de los negocios pequeños o pymes.

Álvarez y Jiménez (2020), en su artículo científico, relacionado a los servicios de consultoría orientados a las pequeñas empresas en Colombia, se propusieron analizar la necesidad de asesoría y consultoría administrativa y tecnológica, por parte de los pequeños empresarios. Encontraron como resultados que dichos servicios profesionales son necesarios para la comprensión de los nuevos retos, cambios del mercado, de las variables macroeconómicas y sostenibilidad, al margen del rubro y tamaño de la empresa.

Guerrero et al. (2019), en su artículo científico, construyeron herramientas metodológicas que determinaron las políticas frecuentes para ejecutar el procedimiento de consultoría organizacional en una empresa consultora, en Cuba. Para ello, investigaron las variables usadas en 21 modelos y procesos de consultoría, mediante la revisión bibliográfica y otros métodos relacionados a

trabajos en equipo. Obtuvieron un procedimiento general, con la capacidad flexible, adaptable a los cambios, uniforme y conectado al marco legal vigente.

Becerra y Cortés (2018), en su artículo científico, tuvieron como objetivo, buscar las estrategias que posibiliten el crecimiento empresarial. Entre los resultados encontrados, se confirmaron que los factores de permanencia en el sector empresarial del puerto de Vallarta, fueron la identidad organizacional, la cohesión social y la diferenciación.

Zúñiga, Solano y Bolaños (2016), en su artículo científico sobre el enfoque cuántico empresarial, desarrollaron una amplia discusión respecto a la práctica de conceptos pertenecientes a los modelos típicos de la ciencia administrativa. El enfoque cuántico en la organización es moderno y asertivo y está orientado hacia los negocios basado en el conocimiento. Este enfoque contempla los actuales retos medio ambientales y organizacionales. Los autores demostraron que sus puntos de vista exponen una proyección no alineada a los enfoques cuánticos, lo que resulta negativo en lo que concierne a la competitividad, capacidad de adecuación y flexibilidad de la empresa en el tema operativo.

Malaret (2016) aseguró que las dificultades con las pymes de América Latina no están dissociadas con la cantidad de empresas, más bien con su condición precaria y generalmente con las pésimas condiciones del empleo que generan. Estas empresas frecuentemente crecen a un ritmo inferior que sus pares en las regiones de mayor desarrollo. De otra parte, la OIT (2015) en su informe “Pequeñas empresas, grandes brechas”, aseguró que las Mypes crean el 47% del empleo, equivalente a 127 millones de latinoamericanos, en comparación con el 19% del empleo generado por la mediana y gran empresa en la región. Además, existen 76 millones de latinos que trabajan por cuenta propia y representan el 28% del empleo y otro 5% que corresponde al trabajo doméstico en la región.

De acuerdo a cifras del Ministerio de Trabajo, las Mypes aportan un 40% al PBI, y con un 80% de la oferta laboral, sin considerar el autoempleo que generan. El desarrollo de estas empresas está en una condición relegada, debido entre otros aspectos, a la falta de formación empresarial, falta de acceso a información y a la carencia de un sistema tributario adecuado que permita su formalización y crecimiento sostenido (Sánchez, 2006)

El presente estudio se llevará a cabo en las Mypes localizadas en la zona denominada Lima norte, la cual está conformada por los emprendedores de los distritos del norte de Lima metropolitana: Carabayllo, Puente Piedra y Los Olivos. Estos emprendedores se dedican a la manufactura de prendas de vestir y metalmecánica, comercio por mayor y menor y servicios diversos (hospedaje, turismo, agencias de viajes, restaurantes, etc.). Se ha percibido que muchos empresarios de este conglomerado, desconocen total o parcialmente los aspectos fundamentales de la administración, el marketing, contabilidad y diversos temas de la gestión empresarial moderna. Esta condición está causando grandes pérdidas, incluido el incremento del desempleo, por ejemplo, hay muchas evidencias que los empresarios no usan los servicios de consultoría, no buscaron las recomendaciones de profesionales o de expertos en temas empresariales en los momentos críticos y que, como consecuencia, muchas microempresas tuvieron grandes pérdidas y otras desaparecieron como tales en tiempos de pandemia. Cientos de familias quedaron sin empleo y vulnerables económica y socialmente. Ante lo expuesto, el propósito del presente estudio es analizar la relación que existe entre los servicios de consultoría con enfoque cuántico y las Mypes de Lima norte, el mismo que coadyuvaría en ofrecer posibilidades de solución.

Formulación del problema general: ¿Cómo es el servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022?

Problemas específicos: ¿Cuál es el Plan estratégico del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022?; ¿De qué manera es el Plan de operaciones del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022?; ¿Cómo es el Plan de marketing del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022?; ¿De qué forma es el Plan de capital humano del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022?; ¿Cuál es la característica del Plan financiero del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022?.

La presente investigación se justifica teóricamente, considerando que los resultados a obtener, constituirán un nuevo saber en el contexto de la consultoría dedicada a las empresas. Al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2014), argumentaron que un estudio se justifica teóricamente al generar nuevas

inquietudes de investigación, nuevos temas de debates o nuevos conocimientos en algún campo del saber. La justificación metodológica del estudio comprende nuevos procesos o métodos, como la herramienta que se formulará con los fines del recojo de datos. Hernández et al. (2014) precisaron que un trabajo de investigación tiene una justificación metodológica, cuando se crea un método, técnica o nuevos procedimientos, como aportes a la ciencia. La justificación social del estudio, se podrá demostrar luego de exponer los resultados y conclusiones, las mismas que incluirán la trascendencia social, al beneficiar a los microempresarios, en el conocimiento de un nuevo enfoque del servicio de consultoría empresarial. Para Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), la justificación social de una investigación debe responder a las preguntas: ¿Quiénes se favorecen? ¿Cuál es la proyección social del estudio?

Las decisiones del empresariado en torno a la demanda de servicios de consultoría, permitirá el desarrollo de algún sector de la sociedad, desde una mejora en los procesos, desde una mejor preparación de los colaboradores, aspectos posibles con el enfoque cuántico en el rubro de la Consultoría de servicios empresariales orientados a las Mypes de Lima norte.

Objetivo general: Analizar el servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022.

Objetivos específicos: Analizar el Plan estratégico del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022; Investigar el Plan de operaciones del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022; Identificar el Plan de marketing del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022; Conocer el Plan de capital humano del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022; Diagnosticar el Plan financiero del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022

II. MARCO TEÓRICO

Se revisaron varios trabajos de investigación correspondientes al ámbito internacional. Es el caso de Navarro (2018), en su trabajo Análisis del sector de la consultoría, se propuso evaluar la problemática del servicio de consultoría con enfoque en las Mypes, en Valencia- España. Los resultados permitieron demostrar que los indicadores macroeconómicos establecieron expectativas de crecimiento relevante, las empresas consultoras establecidas en el territorio valenciano son generalmente pymes o pequeños negocios, existente una evidente demanda insatisfecha en cuanto a servicios empresariales, pero las existentes son competitivas. También se demostró que el sector de las consultorías expuso una tendencia de crecimiento en el volumen de facturación, aspecto muy importante para el ingreso de nuevas empresas consultoras.

De otro lado, Prado (2017), en su trabajo sobre un estudio de viabilidad en la creación de un modelo de empresa consultora, tuvo como objetivo proponer un modelo de negocio del rubro consultoría empresarial, con capacidad de generar rentabilidad, atendiendo a pequeñas empresas o pymes localizadas en la región metropolitana en Chile, con un enfoque en la disciplina denominada Facility Management. Concluyó que el crecimiento de las empresas consultoras fue de 15% durante la última década, una alta cantidad de clientes (78%) muestran su disposición en consolidar la gestión de sus activos inmobiliarios y un 97% lo haría considerando un contrato de mantenimiento preventivo.

Por su parte, García (2017), en su tesis aplicada sobre una empresa consultora, tuvo como objetivo proponer un modelo de negocio para una consultoría especializada en gestión de riesgos, finanzas y márketing en Bogotá- Colombia. Los resultados demostraron la viabilidad del proyecto, con una tarifa estándar en función de las condiciones del cliente (pyme). Todas las proyecciones se ajustaron a 3 meses de actividad, siendo el primer año de pérdida y a partir de 2018 la empresa generará utilidades en forma creciente y sostenida. La base de datos que tiene la empresa es una ventaja, ésta fue obtenida por medio de los socios fundadores quienes asesoraron de manera personal a muchas empresas.

Además, Ruiz y Rivas (2017), se propusieron crear una consultoría empresarial, dirigido a las pymes de Medellín, Colombia. Los resultados logrados posibilitaron establecer las conclusiones las siguientes: los pequeños negocios

denominados pymes conforman arriba del 90% de todas las empresas de servicios en Colombia, las capacitaciones son una de las estrategias más importantes en los servicios de consultoría, los servicios más demandados a la consultoría son: mercadeo y venta: 62%, talento humano: 52%, gestión de calidad: 44% y alianzas estratégicas: 41%.

También, De la Hoz, López, y Pérez (2017) propusieron un prototipo para gestionar las relaciones con los consumidores en empresas consultoras de la ciudad de Barranquilla, Colombia. El estudio fue de nivel descriptivo propositivo, con enfoque cualitativo, de diseño no experimental. Ejecutaron una dinámica de sistemas para realizar estudio de simulación en la satisfacción de los clientes de la organización. Llegaron a la conclusión que el nivel de satisfacción mejora de manera relevante y esto genera en un mayor nivel de fidelización de los clientes.

Además, se analizaron diversos trabajos de investigación correspondientes al ámbito nacional. Es el caso de Bravo y Macedo (2019) quienes se propusieron crear una empresa consultora especializada en gestión financiera para las pymes en Lima. La investigación fue de nivel descriptivo. En relación a la población, ésta fue conformada por 19,975 pymes formales, registradas en Lima metropolitana. Entre los resultados obtenidos, se concluyó que la consultora de gestión financiera cuenta con potencial de gran demanda en el país, la mayoría de responsables del área de finanzas de las pymes trabajan de manera confusa en la interpretación de los estados financieros, tienen dificultades en el análisis para acceder al apoyo crediticio desde las distintas organizaciones financieras.

Por su parte, Mendiburu (2019) propuso un prototipo para gestionar el aspecto financiero con el fin de elevar la rentabilidad de las pequeñas empresas del rubro calzado, localizadas en el emporio industrial de El Porvenir, en la ciudad de Trujillo. Luego de obtener los resultados, llegó a concluir que el modelo propuesto aporta en forma relevante la gestión financiera y todos los procesos conexos, mejorando la toma de decisiones acertadas en forma oportuna, lo cual permitieron elevar la rentabilidad de las Mypes.

También, Chenet (2017) tuvo como propósito realizar un diagnóstico a las empresas Mypes de Lima, desde un enfoque de la gestión administrativo- contable. El estudio arrojó las siguientes conclusiones: para el año 2013, el 40% de las Mypes estuvieron en el régimen RUS, más del 20% en el RER. Las medianas empresas

utilizan el régimen general. Otras conclusiones fueron la carencia de una adecuada política de promoción de accesos a la formalización, el 85% de las empresas se encontraron en condición de informales, el acceso al crédito financiero presenta muchas dificultades para las Mypes en general.

Por su parte, Sarsoza y Toasa (2018) propusieron un tipo de negocio enfocado a la gestión financiera para elevar la rentabilidad de una pyme. La información recogida fue esencialmente secundaria, proveniente de la revisión y análisis de información de la empresa evaluada. Además, se examinaron las teorías correspondientes de textos y de artículos científicos. Se lograron resultados que accedieron llegar a concluir que los costos de producción y gastos operativos fueron muy elevados, la aplicación de un modelo de gestión financiera hizo posibles resultados positivos y mejorando los procesos, mediante la dirección, control, coordinación y uso eficiente de los recursos.

De otro lado, en cuanto a los enfoques y teorías relacionadas al tema de la investigación, se consideraron:

La consultoría empresarial: Es un servicio consultivo, orientado al empresario que presente dificultades en alguna parte, proceso de su empresa. El consultor o equipo de consultores, acudirán a resolver el problema a solicitud del empresario o gerente para proceder en calidad de asesor o asesores, tomando la responsabilidad por la eficacia de su recomendación. Es una prestación mediante el cual, el consultor provee las sapiencias especializadas y capacidad competitiva focalizadas a resolver las dificultades detectadas en la práctica (Sánchez, 2019). Para Rincón (1993), este servicio profesional reside en la facilitación de asistencia en conexión al contenido, procedimiento o estructura de una labor o conjunto de tareas, en la que el profesional consultor no es efectivamente el solidario de ejecutar la tarea respectiva. Se hace consultoría, con el objetivo mejorar o cambiar una condición sin contar con el control directo sobre la implementación.

De otro lado, Kubr (1993) indicó que la consultoría empresarial consiste en un servicio ofrecido por un profesional o profesionales calificados y expertos independientes en el reconocimiento y exploración de dificultades vinculados con la organización, los procesos, la metodología y las políticas de la empresa para proponer los consejos apropiados o implementaciones respectivas.

Por otro lado, el servicio de consultoría especializada requiere de expertos calificados en el ámbito para brindar el servicio, la consultoría en organización y RR.HH. está vinculada a la selección, promoción interna, valoración de puestos de trabajo, equidad retributiva, clima laboral, formación, evaluación del rendimiento laboral, gestión del cambio, clima laboral, capacitaciones, etc. La consultoría tecnológica o informática está orientada a la utilización del conjunto de técnicas informáticas más apropiadas a su condición, rubro o sector. La consultoría en sistemas de calidad está referida al estudio, diseño o implementación o adecuación de sistemas estandarizados que garanticen un elevado nivel de calidad u optimicen el nivel actual. Finalmente, las consultorías de nicho se refieren al retail, logística, modelos de fabricación, etc. (Sánchez, 2019).

Teoría cuántica y su aplicación a otras disciplinas: La teoría cuántica se ha aplicado a varios campos, creando una verdadera transformación en el contexto de la farmacéutica, medicina, ingeniería, biología, antropología, defensa y de las ciencias sociales. Alet y Vilaginés, (2019) formularon un prototipo de marketing con enfoque cuántico, señalando que la incorporación de los fundamentos de la cuántica exige un cambio en la concepción del marketing clásico. Diseñaron un parangón entre los contextos clásico y cuántico, el cual se retoma en el presente estudio, por ser de gran valor y pertinente al caso.

Tipos de consultoría empresarial: La tipología encontrada en los servicios empresariales están orientadas a la planificación estratégica, economía y finanzas, mercadeo, comercio, estructura organizacional, implementación de nuevas herramientas virtuales, gestión del talento humano, gestión de la calidad, consultorías de nichos de mercado, etc. La consultoría estratégica brinda las herramientas a los directivos o gerentes para resolver dificultades y optimizar las operaciones en general, el asunto organizacional y las estrategias en las ventas. La consultoría económica- financiera ayuda al empresario a identificar y estudiar sus estados financieros y estados de explotación para la toma de decisiones acertada. Los análisis de inversiones, así como los estudios de viabilidad son muy importantes en las decisiones a considerar por el directivo o propietario. La consultoría de marketing apoya en los temas relacionados a la investigación de mercado, reglas en el posicionamiento de la marca, redes sociales, técnicas comerciales, investigación sectorial y territorial, etc. (Palomo, 2016).

Modelos de la consultoría empresarial: El negocio de la consultoría engloba una serie de campos o especialidades, como, por ejemplo: la mercadotecnia, la gestión humana, capacitaciones, administración, ingeniería, importación, exportación, logística, inventarios, etc. Zapata et al. (2018) consideraron a la consultoría empresarial, bajo *dos enfoques*: una *visión funcional* y la otra como *servicio profesional*. La orientación funcional delimita al servicio de consultoría como un proceso, Fritz Steele su principal promotor, propuso que este servicio es cualquier manera de brindar apoyo relacionado al contexto, procedimiento o aspecto estructural en la que el consultor no se responsabiliza de la concreción misma, sin embargo, apoya a quienes asumen tal responsabilidad. Zapata et al. (2018), citando a Kubr (2004) afirmó que el segundo enfoque precisa a la consultoría tal un servicio de asesoramiento bajo un contrato y brindado a empresas por expertos altamente calificados que suministran asistencia en forma concreta e independiente al cliente empresa, en la detección o reconocimiento de las dificultades, su estudio y la recomendación de las alternativas de solución.

Modelo de consultoría de procesos: La peculiaridad fundamental de este modelo radica en la forma que el consultor estructura la relación con el cliente. La inferencia principal de este modelo de servicios, consiste en que la dificultad pertenece al cliente y el consultor seguirá siéndolo a lo largo del proceso de consultoría. Un aspecto característico de este modelo de servicios refiere que el cliente empresa debe aportar con su participación durante la diagnosis del problema identificado y buscar su colaboración activamente hacia la solución. El cliente aprenderá el proceso de consultoría y será capaz de aplicarlo luego de que el consultor culmine su trabajo.

Modelo de compra de experiencia o de información: En este modelo, el cliente ya conoce el problema, el tipo de ayuda que necesita y a quienes debe dirigirse para obtener el apoyo necesario. Para graficar el tema, se tiene que la contratación de un programador para construir una aplicación de uso específico, un abogado para el análisis de unos casos jurídicos, un ingeniero para realizar la valorización de la fábrica, etc.

Modelo Proceso Omega de Consultoría integral: Frecuentemente usado por las empresas consultoras en sus procesos de intervención se refiere al conformado por

tres etapas: *investigación, implementación y acción*, la misma que se puede apreciar en el siguiente esquema.

Modelo Médico- paciente: En este modelo, uno o más gerentes toman la decisión de llevar a un consultor para que los examine e identifique si existiera algún área de la organización que esté fallando y necesite la atención correspondiente. La detección de la falencia también puede ser por parte del gerente, por ejemplo, en la caída de las ventas, reclamos de los clientes, etc.

Modelo Estrella de Jay Galbraith: Reside en un conjunto de aspectos que son manejables por el administrador o gerente, con la posibilidad de generar un impacto en la conducta de los colaboradores (Kates & Galbraith, 2007). Los criterios pueden agruparse en 5 aspectos: *La estrategia:* Establece la orientación mediante las metas, objetivos, valores y/o misiones. *La estructura:* Decreta el sitio del poder en la toma de decisiones. *Los procesos:* Establecen la fluidez de la información y constituyen los medios para canalizar el poder de las tecnologías de la información. *El reconocimiento:* Autoriza la motivación en los colaboradores de la empresa hacia el logro de los objetivos institucionales, los cuales deben estar alineados con la misión y visión. *Las personas:* Determinan las pautas en el reclutamiento, selección, entrenamiento y desarrollo del talento humano de la empresa (Gaviria, 2015)

Modelo de consultoría empresarial con enfoque cuántico

Retomando el esquema propuesto por Alet (2020) en su modelo de *Management cuántico*, en la que afirmó que, en una gestión cuántica, las relaciones son el eje clave de acción entre los estamentos básicos del funcionamiento del ámbito económico y empresarial: *colaboradores, organización, clientes, competidores, mercado, entorno*. Las cuatro columnas de la gestión administrativa cuántica son: *enfoque, empatía, empuje y entrelazamiento*. En lo concerniente a los factores vitales para la organización cuántica, existen dos: *Factores de entorno* y *factores de gestión cuántica*. El campo de la administración está dejando de lado algunos conceptos rígidos para dar paso al replanteamiento de las teorías. Zúñiga, Solano y Bolaños (2016), refirieron que el modelo tradicional, congelado en los postulados de la física del siglo XVII, forma parte de la denominada organización newtoniana. Esta organización demanda una separación entre “los que piensan” y “los que hacen”. Shelton y Darling (2001) afirmaron que los individuos son seres cuánticos capaces de identificar la naturaleza relacional de las organizaciones, es decir, que

entre organización y entorno hay una permanente relación de flujos de información, relaciones, emociones, poder, ideas entre otros, los cuales delimitan su operación. De otro lado, Deardoff y Williams (2006) señalaron que la autorregulación organizacional puede ser el efecto visible, al enfatizar el aspecto del liderazgo y las relaciones humanas, el estudio de los entornos cada vez más problemáticos, la innovación y el proceso de aprendizaje individual y colectivo, considerando lo importante que significan en la toma de decisiones acertadas en la articulación de un trabajo en equipo sistemático y coherente. Hasan, H., Warne, L., Linger, H. & Carwford, K. (2009) argumentaron que las organizaciones enfocadas al conocimiento, la práctica de los conceptos y teorías cuánticas conforman un aspecto decisivo. La consultoría de servicios empresariales debe asumir estos cambios, como parte de su esquema de servicios, desde sus diferentes esquemas, por ejemplo, durante sus etapas de investigación, implementación y acción que propuso Rincón (1993) o también en las 5 fases del esquema de consultoría, propuesta por Kubr (2004).

Por otro lado, se examinaron diversos principios relacionados a la teoría cuántica, entre ellos, los más importantes:

Principio de cuantificación: Según Max Planck, en 1900, la base de la física cuántica es el Cuanto o cantidad mínima requerida para ocasionar un cambio en un fotón. Este descubrimiento dejó a un lado el principio de Newton que establecía que cualquier acción precedía a una reacción. Este principio hizo creer hasta la actualidad que el funcionamiento físico tiene un comportamiento continuo.

Principio de indeterminación: Alet y Vilaginés (2019) señaló que el propio Einstein rechazó el principio de la aleatoriedad de Bohr en una carta con su famosa frase, la cual el mundo moderno retomó como ley: “Dios no juega a los dados”. Einstein se equivocó rotundamente.

Principio de incertidumbre: Heisenberg desarrolló este principio en 1927, el cual establece que no es posible medir con exactitud en forma simultánea la posición y el momento lineal o velocidad de una partícula. La acción de medir afecta directamente sobre la partícula medida, alterando su estado y modificándolo de manera simultánea. Este principio exhibe el límite mínimo de error o máximo de exactitud, frente a la observación y medición que concuerda con la constante de Planck (Alet i Vilaginés, 2019).

Principio de superposición de propiedades contrapuestas: Este principio explica la dualidad de onda y partícula de la luz. Einstein demostró mediante diversos experimentos, que la luz puede moverse como onda y como partícula. En 1801, durante un experimento, Young comprobó la forma en que la luz como emisión de ondas, termina creando una concentración de los efectos, luego de la doble rendija en las áreas de mayor concurrencia de las ondas (Alet i Vilaginés, 2019).

Principio de entrelazamiento: El entrelazamiento entre partículas es el evento más asombroso en el ámbito cuántico. Es posible que varias partículas estén entrelazadas, de tal manera que lo que sucede a una, le sucede a otra simultáneamente, en consecuencia, las propiedades de las dos o más partículas están conectadas, pese a que se encuentren alejadas en el espacio, inclusive a considerables distancias. El entrelazamiento juega un papel muy relevante en la vida como en el proceso de la fotosíntesis, entre las neuronas en los procesos mentales o la orientación espacial de las aves. (Vodral, 2011).

Con relación a las mypes, en este apartado se establece la caracterización de estas empresas, desde su aspecto legal hasta su estructura organizacional y sus formas operativas:

Micro y pequeña empresa

En función a lo establecido en el D.S. N° 013-2013-Produce, la micro y pequeña empresa es una unidad económica compuesta por una persona natural o jurídica, con la finalidad de desarrollar actividades económicas diversas de extracción, producción o servicios. Para obtener la condición de Mype es necesario contar con los siguientes requerimientos.

Asimismo, las juntas, gremios de propietarios, inquilinos o asociaciones en régimen de propiedad horizontal o condominio habitacional, también las agrupaciones de vecinos o asociaciones, alcanzan acogerse al régimen laboral de la microempresa con relación a los colaboradores que les ofrecen servicios en común de mantenimiento, reparación, limpieza, vigilancia y afines, hasta 10 trabajadores. El valor de cada UIT es de S/ 4,300 (D.S. N° 380-2019-EF). Se excluyen de esta condición a aquellas empresas que pese a cumplir con los requisitos establecidos, sean parte de un conglomerado económico que en conjunto no cumplan con las características establecidas, estén vinculados económicamente

con otras empresas o gremios económicos nacionales o extranjeros que estén fuera del marco de requisitos establecidos (Boletín Informativo Laboral N° 85, 2019)

Caracterización de las Mypes en el Perú

De acuerdo a las investigaciones realizadas por la Cepal (2014), no es posible referenciar a la autoridad tributaria (Sunat), dado que se estaría obviando el número real de las micro y pequeñas del sector por su condición predominante de informales tributarios. De otro lado, la Dirección de la micro y pequeña empresa (DNMPE) del Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo sugirió dos métodos para el cálculo del número de las Mypes: por el rango de trabajadores y por el número de conductores. En el primer caso, se trata de calcular la PEA ocupada en las Mypes y dividirla entre la media del número de trabajadores en cada tipo de empresa. Se obtiene así, un estimado del número de empresas.

Análisis de la estructura empresarial en Lima metropolitana

De acuerdo a la información analizada en INEI (2018), la mayor cantidad de empresas está concentrada en Lima Metropolitana, incluyendo la región Callao. Este contexto espacial es la sede prácticamente de un tercio de la población nacional. En el 2018, el 46,3% de las empresas formales se concentraron en Lima Metropolitana, más de 1 millón 100 mil empresas registradas en la ciudad de Lima, arriba del 93% fueron microempresas, el 5% fueron pequeñas empresas y el 0,9% fueron entre medianas y grandes empresas.

Considerando la fuente anteriormente mencionada, los distritos de Lima Centro contienen el 38.5% de unidades empresariales (425 mil 680 empresas), los distritos de Lima Norte contienen el 20,9%, Cono este con 20,3%, Cono sur con 13.2% y la región Callao con el 7,1% de la totalidad de empresas afincadas en Lima metropolitana. De acuerdo a la misma información, las Mypes en Lima metropolitana constituyen tres grandes grupos, según sus actividades económicas: Manufactura, Servicios y Comercio. Se registraron más de 100 mil empresas manufactureras que representaron el 9,2% del total de empresas de Lima Metropolitana y el 53,6% de las empresas manufactureras a nivel nacional.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación, según su finalidad es básico. Salinas (2012) señaló que este tipo de investigación es llamada también “pura” y en esta no es posible resolver ningún problema o dificultad, sin embargo, son útiles como bases teóricas para generar otros tipos de investigación.

De acuerdo a su alcance es descriptivo. Al respecto, Hernández y Mendoza (2018) argumentaron que la principal función de estos estudios es la descripción de características, virtudes, perfiles de conglomerados, sociedades o algún fenómeno. Para ello, se recogen los respectivos datos y se miden.

Diseño: No experimental, porque no existirán estímulos a las que se condicionen las variables en estudio, los elementos del estudio serán examinados en su real contexto, sin posibilidad alguna de alteración (Cortés e Iglesias, 2004).

Enfoque: Cuantitativo. Cortés e Iglesias (2004) afirmaron que un trabajo de investigación con enfoque cuantitativo usa la técnica de observación para el recojo de datos y analiza para lograr dar respuesta a sus preguntas de investigación. Se apoya desde la recolección, evaluación de parámetros, frecuencias y estadísticas de la población objetivo, a fin de realizar la prueba de hipótesis. Los resultados serán presentados en forma numérica y el análisis estadístico será parte inherente de ello.

Corte: Transversal. Al respecto, Manterola, Quiroz, Salazar y García (2019) establecieron que este diseño se refiere al recojo de la información en un solo instante, similar a la toma de una radiografía o una fotografía, para posteriormente realizar los procesos de descripción en el trabajo y no será posible realizar un seguimiento.

3.2. Variable y operacionalización

Variable: Consultoría de servicios empresariales con enfoque cuántico.

Definición conceptual: Es un servicio mediante el cual, el profesional brinda las experiencias, conocimientos especializados y competitividad profesional enfocados en resolver los problemas detectados (Sánchez, 2019).

Definición operacional: La consultoría de servicios se evaluará a partir de los planes estratégico, de operaciones, de marketing, capital humano y financiero (Bravo y Macedo, 2019), mediante sus mínimos detalles o indicadores. El instrumento utilizado es el cuestionario con aplicación de escala tipo Likert

Dimensiones:

Plan estratégico, determinado por sus indicadores: Misión, Visión, Análisis presente, Estrategias.

Plan de operaciones, determinado por sus indicadores: Desarrollo del producto, Aprovechamiento, Costes de operación, Almacenamiento y distribución, Servicio post venta, Sistema de planeamiento y evaluación

Plan de marketing, con sus indicadores: Investigación de mercado, producto, Análisis de la competencia, Presupuesto, Precio, Metas, Seguimiento y resultados

Plan de capital humano, con sus indicadores: Organigrama, Equipo directivo, Puestos y perfiles, Políticas de recursos humanos, Políticas operativas, Identificar necesidades de planilla

Plan financiero, con sus indicadores: Cuantificar el patrimonio, estimar el flujo de caja, definir los objetivos, establecer el capital, determinar el financiamiento

Escala de medición: Ordinal

3.3. Población, muestra y muestreo

Población: La población fue conformada por 280 microempresarios que operan en el distrito de Carabaylo en los diferentes rubros de la actividad económica: Manufactura de ropa para damas y caballeros, mueblería, carpintería, construcción civil, comercialización de alimentos perecibles, fabricación y comercialización de artículos de limpieza, etc. Según Arias, Villasís y Guadalupe (2016), la población de estudio es un conglomerado de casos, accesible, limitado y definido, el cual constituirá el referente para la elección de la muestra, cumpliendo una variedad de aspectos establecidos. No se refiere solamente a seres humanos, puede tratarse de animales, maquinarias, objetos, expedientes, archivos, etc. (Villasís, et al., 2018)

Muestra: La muestra seleccionada estuvo conformada por 40 microempresarios, titulares o representantes de las Mypes localizadas en el distrito de Carabaylo, en Lima metropolitana. La condición de inclusión en la muestra es que los microempresarios hayan recibido asesoramiento empresarial en diversas ocasiones, por parte de la municipalidad de Carabaylo, así como de consultorías privadas (Villasis, et al., 2018)

Para seleccionar la muestra se recurrió a la técnica del muestreo sistemático. El muestreo sistemático, según Ochoa (2015), es un muestreo probabilístico que solamente requiere la elección de un individuo al azar y las siguientes operaciones son muy sencillas. Primero se elabora una lista ordenada de los N individuos que conforman la población, luego se divide aquella población entre el tamaño deseado de la muestra.

En el caso de la investigación, se tiene que: $N = 280$, $n = 40$. El valor resultante K, será el intervalo, de tal manera que: $K = N/n \rightarrow 7 = 280/40$. El primer intervalo utilizado fue: [1, 7], el segundo: [8, 14], el tercero: [15, 21], el cuarto: [22, 28], y así sucesivamente hasta tener los 40 valores, los mismos que pertenecen a cada uno de los 40 intervalos:

Siendo la fórmula: $A, A + K, A + 2K, A + 3K \dots$ hasta $A + (n-1) K$

En esta investigación se seleccionó como primer valor (A), el número 5, siendo los demás valores: 12, 19, 26, 33, 40, etc. De acuerdo a lo indicado en la formula, se determinó una muestra de 40 empresarios

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica: La técnica empleada será la encuesta, dirigida a los empresarios que componen la muestra seleccionada. Arias (2020) señaló que las técnicas de investigación de enfoque cuantitativo consisten en los procedimientos que permiten al investigador el logro de los datos, supervisando la ruta del recojo de la información requerida.

El instrumento fue un cuestionario estructurado, con preguntas cerradas, centrado en la variable Consultoría de servicios empresariales con enfoque cuántico. El cuestionario en mención se puede apreciar en la sección Anexos. Arias (2020) señaló que el cuestionario es una herramienta aplicable a los estudios experimentales y no experimentales. Es posible realizar cuestionarios físicos y virtuales. Estos últimos se realizan elaborando formularios principalmente en Google, con alternativas de respuestas abiertas o cerradas, con escala, etc.

Validez: Se realizó mediante un Jurado de expertos, conformado por dos especialistas en el tema de estudio y un metodólogo. Al respecto de la validez del instrumento, Villasis, Márquez, Zurita, Miranda y Escamilla (2018), afirmaron que se refiere a aquello que se acerca a la verdad. En tal sentido, los resultados son válidos cuando el estudio no tiene errores, por lo que esto debe iniciarse con la validez del instrumento usado para tal fin. Los sesgos que se muestran en el desarrollo de un trabajo de investigación son a causa de dificultades metodológicas

La confiabilidad: Se logró un Alfa de Cronbach = 0,930, calificado como alta. Para ello, se hizo una prueba piloto, basada en una pequeña encuesta a 10 empresarios. El procesamiento de datos fue mediante el programa estadístico SPSS, versión 27. De acuerdo a lo expresado por Villasis et al. (2018), los resultados son confiables cuando un elevado nivel de validez o no existen sesgos. Una vez determinado que una escala es reproducible y consistente, a partir de ello se concluyó que el instrumento es confiable.

3.5. Procedimientos

La técnica utilizada para la recolección de datos fue la revisión y análisis de fuentes secundarias, como reportes económicos, boletines, textos, artículos científicos y tesis actuales. Por otro lado, se realizó una encuesta, aplicando el cuestionario

diseñado para tales efectos. De acuerdo a lo argumentado por Hernández, Fernández y Baptista (2014), la encuesta estará basada en preguntas dirigidas, en el presente caso, se aplicó a una cantidad importante de micro y pequeños empresarios de la localidad de Carabayllo, haciendo uso de cuestionarios conteniendo preguntas respecto a las experiencias al frente de sus negocios

3.6. Método de análisis de datos

Se realizó el análisis de datos, luego del tratamiento estadístico utilizando el aplicativo informático SPSS V. 27. Se obtuvieron los resultados descriptivos correspondientes a la variable estudiada. Hernández y Mendoza (2018) argumentaron que la principal función de estos estudios es la descripción de características, virtudes, perfiles de conglomerados, sociedades o algún fenómeno. Para ello, se recogen los respectivos datos y se miden.

3.7. Aspectos éticos

Se tomaron en cuenta los postulados establecidos por la universidad en lo concerniente a los trabajos de investigación, los principios y valores que se deben cumplir a cabalidad. De esta forma, se respetará el derecho a la autoría, por lo que se citarán los autores mediante el estilo APA, séptima versión. La solidaridad, el trabajo en equipo, la honestidad y la puntualidad, serán los principios y valores éticos a cumplir de manera irrestricta. Álvarez (2018) señaló que los investigadores tienen la obligación que los principios éticos se cumplan en la ejecución de cada investigación. Se conoce que estos principios son universales, sin embargo, es necesario contemplar y respetar cada una de las pautas establecidas a fin de garantizar, al margen de los esfuerzos o costos.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

Se procesó la información recogida, utilizando el aplicativo SPSS versión 27. En primer lugar, se obtuvieron los resultados que caracterizaron a los encuestados, bajo los criterios generales: sexo, edad y grado de instrucción (Tablas 3, 4 y 5). Posteriormente, se muestran los resultados en función de los objetivos, dando respuestas a cada uno, establecidos en el trabajo (Tablas 6, 7, 8, 9, 10 y 11).

Tabla 3

Sexo del encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	21	52,5	52,5	52,5
	Femenino	19	47,5	47,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Nota: La tabla 3 demuestra que los componentes de la muestra de encuestados fueron constituidos por el sexo masculino con el 52,5% y por el sexo femenino con el 47,5%, es decir, levemente superior del sexo masculino sobre el femenino, resultando una diferencia no relevante.

Tabla 4

Edad del encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Adulthood temprana	23	57,5	57,5	57,5
	Adulthood mediana	16	40,0	40,0	97,5
	Adulthood tardía	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Nota: La tabla 4 muestra que en el contexto etéreo, los componentes de la muestra de encuestados fueron predominados por el grupo de adultez temprana, con un 57%, seguido de la adultez mediana con un 40% y con una cifra casi insignificante para la adultez tardía, con un 2,5%, equivalente a solo un encuestado.

Tabla 5*Instrucción del encuestado*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria completa	17	42,5	42,5	42,5
	Secundaria completa	8	20,0	20,0	62,5
	Superior técnica completa	12	30,0	30,0	92,5
	Profesional universitario	3	7,5	7,5	100,0
Total		40	100,0	100,0	

Nota: La tabla 5 refleja que, en el contexto de la formación académica, el grupo mayoritario fue el de primaria completa, con el 42,5%, seguida del grupo de superior técnica completa con el 30%, luego el grupo de secundaria completa con el 20% y finalmente el grupo profesional universitario, con el 7,5%, equivalente a solo 3 encuestados. La muestra de empresarios está formada por personas predominantemente con bajo nivel académico, lo que podría constituirse como una clara señal en lo que concierne al alto nivel de informalidad.

4.2. Resultados según los objetivos propuestos en el estudio

En este estudio se establecieron un objetivo general y cinco objetivos específicos. Se obtuvieron los resultados considerando estos objetivos, tal como podrán apreciarse en las siguientes tablas y notas:

Tabla 6

Objetivo general: Analizar el servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	38	95,0	95,0	95,0
	Alto	2	5,0	5,0	100,0
Total		40	100,0	100,0	

Nota: Los resultados indicaron la percepción de los encuestados respecto a la variable mencionada. Como podrá corroborarse, el 95% de los encuestados manifestaron que el servicio de consultoría con enfoque cuántico se encuentra en una condición regular, mientras que apenas el 5% determinó que su condición es alta. Esta percepción indica que las empresas consultoras deben reorientar una mayor atención hacia un mercado cada vez más creciente y más prometedor financieramente. También refleja la baja importancia que el Estado ha proporcionado al crecimiento de las consultorías orientadas a las mypes, principalmente por la aplicación de políticas erradas y desconectadas de la realidad.

Tabla 7

Objetivo específico 1: Analizar el Plan estratégico del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	5,0	5,0	5,0
	Regular	36	90,0	90,0	95,0
	Alto	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Nota: Nota: Al respecto, el 95% confirmaron que el plan estratégico del servicio de consultoría es percibido como regular y solamente el 5% lo percibe en un estado alto. Igualmente, como en el caso anterior, las empresas consultoras no han desarrollado el plan estratégico orientado a las mypes, de tal forma que se pueda demostrar en el trabajo de rutina en las micro y pequeñas empresas. El conglomerado de las microempresas es tan vasto, que se requiere de un trabajo de acompañamiento con los diferentes tipos de empresas y en sus distintas dimensiones, a fin de lograr un mayor entendimiento en el asunto del planeamiento estratégico.

Tabla 8

Objetivo específico 2: Investigar el Plan de operaciones del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las mypes de Lima norte, 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	38	95,0	95,0	95,0
	Alto	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Al igual que en la anterior ocasión, el 95% respondieron que la condición fue regular y el 5% dijeron que se encuentra en una condición alta. El plan de operaciones del servicio de consultoría requiere ser revisado, reformulado y actualizado para ser ofrecido a las mypes con la finalidad de ser instrumento de desarrollo empresarial y no como un documento adicional.

Tabla 9

Objetivo específico 3: Plan de Identificar el Plan de marketing del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	5,0	5,0	5,0
	Regular	37	92,5	92,5	97,5
	Alto	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Nota: El 97.5% de los encuestados refirieron que el plan de marketing está en una condición regular, mientras que un 2.5% consideraron que el estado del mencionado plan fue alto.

Tabla 10

Objetivo específico 4: Conocer el Plan de capital humano del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las mypes de Lima norte, 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	39	97,5	97,5	97,5
	Alto	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Nota: En el contenido de la referida tabla se puede apreciar que el 97,5% de los encuestados afirmaron que dicho plan se encuentra en una condición regular y apenas el 2,5% refirieron que su estado fue alto.

Tabla 11

Objetivo específico 5: Diagnosticar el Plan financiero del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las mypes de Lima norte, 2022

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	6	15,0	15,0	15,0
	Regular	32	80,0	80,0	95,0
	Alto	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Nota: Las cifras demostraron que para el 80% de los encuestados el plan financiero se encontró en una condición regular, y para el 15% la condición fue baja.

V. DISCUSIÓN

En este apartado se discuten los resultados obtenidos en los antecedentes revisados, en función a los objetivos propuestos.

El objetivo general fue Analizar el servicio de consultoría con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022. El estudio arrojó como resultados, una percepción que el servicio de consultoría empresarial se encuentra en una condición predominantemente regular, con un 95%, siendo sólo el 5% de los encuestados que percibieron la condición como alto. La explicación sobre estos resultados, por un lado, se debe a que las empresas consultoras muy poco han hecho para mejorar su imagen frente a las mypes, debido a que la demanda de servicios está concentrada en las medianas y grandes empresas. Las mypes no constituyen un mercado atractivo. De otra parte, el Estado, a lo largo de los distintos gobiernos, muy poco han hecho para el fortalecimiento de las mypes. La postura de los gobiernos ante las mypes siempre ha sido casi de indiferencia y desatención ante las pequeñas y microempresas, principalmente en lo que respecta al acceso al crédito y al fortalecimiento del capital humano.

Al respecto, Navarro (2018) en su análisis sobre las consultoras empresariales, demostró que existe una tendencia de crecimiento importante en dichas empresas enfocadas a las mypes. Demostró asimismo que las mypes en Valencia- España han crecido notablemente en lo que respecta a los volúmenes de facturación y esta tendencia está alentando a la creación de nuevas empresas consultoras en dicha provincia española. También, Prado (2017) concluyó que el crecimiento de las empresas consultoras orientadas a las pequeñas empresas fue de 15% en los últimos 10 años y que el 78% de clientes están dispuestos a realizar la gestión de sus patrimonios con la asesoría de una consultoría empresarial especializada en el rubro. Los resultados sobre el crecimiento relevante de las mypes, argumentado por Navarro (2018) concuerdan con los resultados de la percepción logrados en el presente estudio, a pesar de tratarse de dos ámbitos espaciales distintos y muy distantes, diferencias culturales, políticas y sociales, así como en los aspectos económicos y tecnológicos. Además, García (2017), en su análisis de las empresas

consultoras de temas empresariales enfocada a las pymes de Medellín, en Colombia, concluyó la en la generación de utilidades en forma creciente y sostenida, a partir del segundo año de operaciones en un prototipo diseñado como propuesta. Otro de los resultados complementarios fue que los directivos de las mypes consideran muy necesaria la labor y los aportes de las consultorías, concordando de esta manera con los resultados del estudio. De tal manera que se afirma la concordancia de resultados, a pesar que se trata de dos escenarios distintos, con las diferencias muy notorias en cuanto a economía, información, tecnología, cultura y básicamente en cuanto al tratamiento de las inversiones y en indicadores macroeconómicos de Perú y Colombia. En consecuencia, se puede afirmar que los servicios de consultoría empresarial se están posicionando como una verdadera alternativa en la mejora de procesos, métodos, etc., para elevar las utilidades.

Con respecto al objetivo específico 1, que fue analizar el plan estratégico del servicio de consultoría empresarial, el 95% de los encuestados, manifestaron que la condición fue regular y el 5% considera que su condición fue alta. En tal sentido, Ruiz y Rivas (2017), en su estudio sobre propuesta de una consultoría empresarial dirigida a las pymes de Medellín, en Colombia, concluyó que el plan estratégico de una consultoría empresarial enfocado a las pymes debe considerar los resultados según la demanda: 62% marketing, 52% talento humano, 44% gestión de calidad y 41% alianzas estratégicas. Los resultados obtenidos en el estudio, dan cuenta de la condición del plan estratégico de la consultoría de servicios empresariales, los cuales se encuentran en una condición regular. Los resultados de Ruiz y Rivas (2017) concluyeron en varias razones para la creación de nuevas empresas consultoras, las mismas que establecen aspectos estratégicos, los cuales deben contemplarse como unas referencias valiosas en la toma de decisiones. Los resultados no son contrastables, sin embargo, son complementarios del objetivo específico 1.

El objetivo específico 2 fue Investigar el Plan de operaciones del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022. El resultado obtenido fue que el 95% de los encuestados manifestaron como regular

la condición del plan de operaciones del servicio de consultoría empresarial. Al respecto, De La Hoz, López y Pérez (2017) se propusieron presentar un modelo de gestión de relaciones con los clientes en empresas de consultoría. Concluyeron que el grado de satisfacción de los clientes mejora ostensiblemente con la aplicación del novedoso plan de operaciones basado en innovaciones, a tal punto que será posible fidelizar a los clientes de manera sistemática. Los resultados expuestos pueden inferirse como complementarios en el aspecto del plan de operaciones, dado que es parte del objetivo específico. Los resultados cuantitativos y cualitativos respectivamente pueden traducirse en información versátil, enriquecedora, que no es posible contrastar y su valor estriba en su complementariedad, a pesar de tratarse de dos escenarios distintos y ámbitos temporales, sociales, culturales y políticos, también distintos.

El objetivo específico 3 fue Identificar el Plan de marketing del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022. El 97.5% de los encuestados refirieron que el plan de marketing se encuentra en una condición regular. García (2017) propuso un modelo de consultoría empresarial especializada básicamente en marketing. El autor concluyó en una alta rentabilidad del modelo de negocios, dado que el campo del marketing destacó una curva de crecimiento muy notable frente a otras especialidades. Los valores pueden ser contrastados, pese a las condiciones distintas en las que ambos estudios difieren en sus diseños de investigación. Sin embargo, es evidente la importancia que cada resultado mostrado en cuanto al plan de marketing. Mientras que en el presente estudio los resultados destacaron una cifra muy cerca al 100% en la condición de regular, por los resultados cualitativos de García (2017) se puede inferir con claridad que el plan de marketing reviste un mayor interés por la importancia que tiene en el mercado y en las decisiones.

El objetivo específico 4 fue Conocer el Plan de capital humano del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022. En el contenido de la referida tabla se puede apreciar que el 97,5% de los encuestados afirmaron que dicho plan se encuentra en una condición regular y apenas el 2,5% refirieron que su estado fue alto. Ruiz y Rivas (2017) concluyeron

que los servicios de capacitaciones se constituyen en la estrategia de mayor demanda por parte de las Mypes, siendo en nivel de demanda de la gestión del talento humano con el 52%. Estos resultados pueden ser contrastados bajo la condición de importancia en las Mypes, particularmente en lo que se refiere a las capacitaciones como un elemento importante de la gestión del talento humano.

El objetivo específico 5 fue Diagnosticar el Plan financiero del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022. Para el 80% de los encuestados el plan financiero se encontró en una condición regular, y para el 15% la condición fue baja. Bravo y Macedo (2019) en su estudio relacionada a la propuesta de una empresa consultora especializada en gestión financiera, llegaron a la conclusión que la temática de la gestión financiera cuenta con un potencial de gran demanda en todo el país. Otra conclusión a la que llegaron fue que la gran mayoría de responsables del área financiera de las pymes no están logrando interpretar los estados financieros y no analizan de manera asertiva en lo que respecta al acceso al crédito bancario, más bien lo hacen de manera confusa. Estos resultados contrastados indican las desventajas en el acceso al crédito por un lado y de otro lado, la percepción de los encuestados, quienes consideran el plan financiero se encuentra en una condición regular. Se puede inferir que el gran problema de las mypes, constituye un gran desafío para las consultorías empresariales: el tema financiero. Además, los resultados de Chenet (2017) en su propósito de diagnosticar las empresas mypes de Lima, encontró que la mayor parte de estos negocios carecen de acceso al crédito financiero, sin capacidad para realizar una planificación estratégica y con muchas desventajas para concretar resolver sus dudas ante las empresas consultoras. De otro lado, Mendiburu (2019) realizó una propuesta de un modelo de gestión financiera, con la finalidad de mejorar la rentabilidad de las Mypes productoras de calzado. Concluyó que el modelo propuesto aporta de manera relevante la gestión financiera, además de los procesos conexos, optimizando la toma de decisiones oportunamente y elevando la rentabilidad, como consecuencia. Considerando los resultados del estudio que determinan una condición regular en un 80%, se puede colegir que existe concordancia entre dichos resultados, enfocados al plano financiero.

VI. CONCLUSIONES

Primera: Se concluyó que los empresarios de las Mypes de Lima norte tienen una percepción predominantemente regular respecto a las empresas de consultoría empresarial, con un 95%. Al respecto, las empresas consultoras muy poco han hecho para interesarse en las pequeñas empresas y sus problemas por resolver, probablemente porque consideran un mercado poco atractivo, caracterizada con todos los perjuicios de la informalidad. Por ello, las consultorías deberán innovarse y orientar su atención hacia las mypes por ser un mercado atractivo, con sus peculiaridades y problemas diversos. De otra parte, las políticas del Estado no se orientan hacia el apoyo a las mypes, el modelo económico vigente está orientado en apoyar a las medianas y grandes empresas.

Segunda: Se concluyó que el plan estratégico es percibido como de regular importancia por los directivos de las Mypes, lo que indica que un aspecto tan importante como el plan estratégico fue considerado como de regular importancia, con un 90%. Apreciaron la condición como alto, con el 5% y de manera similar la condición de bajo. Igualmente, a la primera conclusión, la importancia del plan estratégico de las consultorías es poco valorada, como todo aquello relacionado a la planificación. La cultura de las empresas en general opera bajo enfoques cortoplacistas, buscando resultados casi inmediatistas. La percepción de los microempresarios también se encuentra bajo esa percepción en general.

Tercera: Se demostró que el 95% de los encuestados respondieron que la condición fue regular y el 5% dijeron que se encuentra en una condición alta, lo que concluyó que la importancia a una etapa tan relevante como el plan de operaciones, es considerada por las Mypes como un aspecto secundario. El plan de operaciones generalmente es obviado o realizado de manera informal en las consultorías, los esquemas de trabajo en planta, orientados a las mypes son elaborados de manera “estandarizada”, sin tener en cuenta las peculiaridades en cada caso.

Cuarta: El 97.5% de los encuestados refirieron que el plan de marketing de las consultorías empresariales está en una condición regular, mientras que un 2.5% consideraron que el estado del mencionado plan fue alto. Al respecto de los resultados obtenidos, se concluyó que el plan de marketing es percibido como un

aspecto accesorio o secundario, por parte de los directivos de las mypes, lo que además se puede colegir como la explicación a la actual condición de las mypes.

Quinta: El 97,5% de los encuestados apreciaron como regular la condición del plan de capital humano en las consultorías y solo el 2,5% refirieron que su estado fue alto. Por lo que se concluyó que los empresarios mypes no perciben la importancia del capital humano en su verdadera dimensión, lo que explica el estado actual de las pequeñas empresas en dicha localidad. Las consultorías no cuentan con el personal calificado respectivo, orientado a las pymes, desconocen el problema de la microempresa.

Sexta: Para el 80% de los encuestados el plan financiero se encontró en una condición regular, y para el 15% la condición fue baja. Se concluyó que los empresarios de las consultorías empresariales muy poco han desarrollado el plan financiero, con el cual deben exponer el acceso al crédito a la microempresa, sólo exponen el plan simulador de crédito del sistema bancario, pero sin desarrollar propuestas o alternativas de financiamiento bajo otros sistemas o condiciones. Por otro lado, de acuerdo al modelo económico vigente, el acceso al crédito de las mypes está condicionado a una serie complicada de parámetros, los cuales dificultan concretar los préstamos por parte de los bancos y del acceso por parte de los empresarios de las mypes.

VII. RECOMENDACIONES

Primera: Se sugiere a los directivos de las empresas consultoras de servicio empresarial, diseñen estrategias relacionadas a difundir los impactos positivos del trabajo de las consultorías a nivel mundial, en tiempos estables, pero también de crisis, con el fin de que los empresarios accedan con mayor frecuencia a los servicios de consultoría y de esta forma puedan mejorar los niveles de utilidad en sus operaciones. La certificación de las consultorías deberá ser identificables con la facilidad que el caso amerita, con la finalidad de asegurar la calidad en la atención.

Segunda: Se recomienda a los directivos de las consultoras empresariales, mejoren la condición del plan estratégico y a la vez, adecúen esta herramienta a las necesidades de las mypes, considerando las diferencias en cuanto a los rubros, dimensiones y otras peculiaridades; aspectos que exigen mayor personalización en los servicios que se brindan a los directivos de las mypes. Estas mejoras harán posible una mejor percepción por parte de los pequeños empresarios, quienes finalmente formarán parte de la demanda de servicios en el mercado de la consultoría empresarial.

Tercera: Se recomienda a los directivos de las empresas consultoras, se desarrollen acciones para explicar a los directivos de las Mypes sobre la importancia de los planes operativos que deben implementar en sus empresas, esto incluye la implementación de una metodología adaptable a cada rubro y realidad.

Cuarta: Se recomienda a los directivos de las consultorías empresariales que difundan la importancia que significa contar con un plan de marketing para la mejora en el nivel de ventas. En tal sentido, la difusión deberá contar con la implementación de un plan básico adaptable a las Mypes, el desarrollo, seguimiento y evaluación respectiva.

Quinta: Se sugiere a los directivos de las consultorías empresariales que se acerquen a las Mypes y demuestren de diversas formas sobre la importancia que constituye el plan del capital humano, así como los beneficios que significa poner

mayor interés en el recurso humano, como talento y como capital; aspectos mejorables en el tiempo, a diferencia de los activos fijos.

Sexta: Se recomienda a los conductores de las consultorías empresariales que formulen estrategias de corto plazo sobre la importancia del plan financiero como aspecto sustancial de cada empresa, con la finalidad de mejorar los accesos de las mypes al crédito y optar por las mejores condiciones de pago o amortizaciones.

REFERENCIAS

- Alet, J. (2020). *Poder cuántico para ganar más en los negocios*. © Profit Editorial I., S.L., 2020. Barcelona-08021. ISBN: 978-84-17942-70-0
- Alet, J. (2019) *Marketing Cuántico, un nuevo paradigma de Marketing para dar un salto en la gestión de los clientes*. ISBN: B-14360-2019. Real Academia Europea de Doctores
- Allende, M. (2019). *La promesa de una nueva era tecnológica: la era cuántica*. <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/impacto-de-las-tecnologias-cuanticas/>
- Álvarez, D. y Jiménez, K. (2020). La consultoría y asesoría: aliada estratégica para el fortalecimiento empresarial de las pymes en Colombia. *Revista Tendencias*. Vol. 21 N° 1 Print version ISSN 0124-8693 On-line version ISSN 2539-0554. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-86932020000100252
- Arias, J. (2020). *Proyecto de tesis. Guía para su elaboración*. ISBN: 978-612-00-5416-1.
- Boletín Informativo Laboral, N° 85 (2019). *Régimen laboral especial de la micro y pequeña empresa*. Consultado el 15 de noviembre de 2020. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/289278/Art%C3%ADculo_REMYPE_-_Enero_2019.pdf
- Bravo, C. y Macedo, M. (2019). *Empresa consultora especializada en gestión financiera para pequeñas y medianas empresas en Lima*. Tesis para optar el grado de Maestro en Administración de empresas. Universidad tecnológica del Perú
- Becerra, M. y Cortés, E. (2018). Factors of Business Permanence of the Microenterprises of the Commerce Sector of Puerto Vallarta, Jalisco. ISSN 2007 – 7467. *Ride, Revista Iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*. <http://www.scielo.org.mx/pdf/ride/v9n17/2007-7467-ride-9-17-865.pdf>

- Cepal (2014). *Hacia un desarrollo inclusivo. El caso del Perú*. Consultado el 15 de noviembre de 2020. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40343/1/LCL3779_es.pdf?fbclid=IwAR3bpFhkBQI0RoYhdUQaY3yr6RKVOMCnxlYzdBKFX42aT3U1WYV-PpDKQFc
- Chenet, M. (2017). *La Contabilidad en las MYPES de Gamarra*. Universidad Peruana de Las Américas. Escuela de Contabilidad y Finanzas
- Cortés, M. e Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Universidad Autónoma del Carmen Av. Concordia, calle 56, No. 4, CP. 24180 Ciudad del Carmen, Campeche, México Tel: (01 938) 381 – 10 – 18 ISBN: 968 – 6624 – 87– 2.
- Deardoff, D. & Williams, G. (2006). *Synergy Leadership in Quantum Organizations*. Fesserdorff Consultants.
- De la Hoz, E., López, L. y Pérez, L. (2017). *Management model of relations with the clients in consulting companies*. Universidad de Cartagena, Colombia.
- Feynman, R. (2009) “*The meaning of it all: all thoughts of a citizen-scientist*”, basic books New York, 2005, p.28 14 Choi, Hyunyoung, Hal Varian “Predicting the Present with Google Trends”. April 2009, Economic Record 88(s1) DOI: 10.2139/ssrn.1659302)
- Gándara, L. (2019). *Plan de negocio para el desarrollo de un área de consultoría en gestión empresarial para pequeñas & medianas empresas*. Tesis para optar al grado de magíster en gestión y dirección de empresas. Universidad de Chile, Santiago de Chile
- García, N. (2017). *Plan de negocios para una empresa de consultoría especializada en marketing, finanzas y control de riesgos*. Universidad Externado de Colombia. Facultad Administración de Empresas. Maestría en Mercadeo. Bogotá D.C.

- García, D., Gómez, C., Ospina, C. y Salazar, M. (2015). *Proyecto de consultoría de mercadeo para Mipymes*. Universidad Del Rosario-Universidad CES. Especialización Gerencia de Mercadeo, Medellín- Colombia
- Gaviria, M. (2015). *Propuesta de una metodología para uso de consultores en la estructuración y formalización de áreas de investigación, desarrollo e innovación en las pymes colombianas y su gestión*.
- Guerrero, M., Medina, A. y Nogueira, D. (2019). Methodological Tools for Deploying Organizational Consulting. *Revista Retos de la Dirección vol.13 no.2 Camagüey jul.-dic. 2019 Epub 09-Sep-2019*. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552019000200158
- Guerrero, M., Nogueira, D. y Medina, A. (2015). *Propuesta de modelo de consultoría para gestionar los servicios que brinda Audita S.A. al sector empresarial*. ISBN: 978-959-16-2442-0. Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”
- Hasan, H., Warne, L., Linger, H. & Carwford, K. (2009). *From traditional knowledge management in hierarchical organizations to a network centric paradigm for qa changing world*. E:CO Issue, 11 (1), 1-18.
- Hernández-Sampieri, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación, las rutas cuantitativas cualitativa y mixta*. Ciudad de México, México: Mc Graw Hill. doi: ISBN 978-1-4562-6
- Hernández, J. (2017). *La importancia de la Consultoría Empresarial*. Consultado el 15 de noviembre de 2020. <http://www.sincal.org/articulo25-importancia-de-la-consultoria-empresarial.html>
- INEI (2018). *Perú: estructura empresarial 2018*. Consultado el 15 de noviembre de 2020. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf

- Kates, A., & Galbraith, J. (2007). *Designing your organization* (p. 4). San Francisco: Jossey-Bass.
- Kubr, M. (1993). *La consultoría de empresas. Guía para la profesión* (Tercera ed.). Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo. Consultado el 15 de noviembre de 2020. http://staging.ilo.org/public/libdoc/ilo/1996/96B09_93_span.pdf
- Lossio, D. (2016). *Plan de negocio para una consultora de pequeñas y medianas empresas en el Perú*. Tesis de Máster en Dirección de Empresas. Universidad de Piura. Programa de Alta Dirección. Lima, Perú
- Malaret, M. (2016). *Banco de desarrollo de America Latina*. Obtenido de Banco de desarrollo de America Latina: 57
- Manterola, C., Quiróz, G., Salazar, P., y García, N. (2019). Metodología de los tipos y diseños de estudio más frecuentemente utilizados en investigación clínica. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 30(1), 36 - 49.
- Mendiburu, J. (2019). *Financial management model to improve the profitability of shoe manufacturing companies in the Porvenir district - Trujillo 2015*. *Revista Ciencia y Tecnología* V.15 N.1. ISSN 1810-6781 Rev.
- Navarro, E. (2018). *Análisis del sector de la consultoría*. Universidad Politécnica de Valencia. Facultad de Administración y Dirección de empresas
- OIT (2015). *Pequeñas empresas, grandes brechas. Informe sobre empleo y condiciones de trabajo en las mype de América Latina y el Caribe*
- Ochoa, C. (2015). *Muestreo probabilístico: muestreo sistemático*. <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-sistemico>
- Palomo Consultors (2016). *Exactamente, ¿cuántos tipos de consultoría hay?* <https://palomo.net/exactamente-tipos-consultoria/>
- Prado, J. (2017). *Análisis de factibilidad, técnica, estratégica y económica para la creación una empresa de servicios de consultoría y gestión de facility management*. Universidad de Chile. Facultad de Ingeniería industrial

- Rozemberg, R. y Gayá, R. (2019). Los servicios basados en el conocimiento en los países miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración- ALADI.
- Ruiz, A. (2011). *Creación de una empresa de consultoría y asesoría en diseño, basado en un análisis estratégico de diseño en MIPYME de cuero y marroquinería*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá- Colombia.
- Ruiz, P. y Rivas, P. (2017). *Propuesta de constitución de una empresa de consultoría empresarial*. Corporación universitaria Minuto de Dios – Seccional Bello Posgrado a distancia. Medellín, Colombia
- Salinas, P. (2012). Metodología de la investigación científica. Mérida: Universidad de los Andes.
- Sánchez, A. (2019). *Asesoría y Consultoría Profesional*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Escuela Superior de Zimapan. Licenciatura en Contaduría
- Sánchez, B. (2006). *Las mypes en Perú: su importancia y propuesta tributaria*. Revista Quipukamayoc. Online ISSN: 1609-8196. DOI: <https://doi.org/10.15381/quipu.v13i25.5433>
- Sánchez, G. (2008). *El gran acelerador de hadrones (LHC) y la búsqueda de la partícula divina*. Nuclear España octubre, ISSN/ISBN: 1137-2885, (2008).
- Sánchez, J. (2020). *Plan estratégico*. Consultado el 15 de noviembre de 2020. <https://economipedia.com/definiciones/plan-estrategico.html#:~:text=Contenido%20del%20plan%20estrat%C3%A9gico&text=La%20misi%C3%B3n%20de%20la%20empresa,estrategias%20que%20se%20hayan%20definido>.
- Sarzosa, J. y Toasa, A. (2018). *Propuesta de un modelo de gestión financiera para incrementar la rentabilidad de la pyme “Don Pancho”*. Universidad Central del Ecuador Facultad de Ciencias Económicas. Carrera de Finanzas.
- Schein, E. (s/f.). *Consultoría de procesos. Su papel en el desarrollo organizacional*. Volumen I, 2º edición. Addison-Wesley Iberoamericana

- Shelton, C. & Darling, J. (2001). Entrepreneurship in the quantum age: a new set of skills to enhance organizational development. *Academic of Entrepreneurship Journal*. 7(1), 45-59.
- Stapp, H. (1971) *S-Matrix Interpretation of Quantum Theory*, Lawrence Berkeley Laboratory preprint, June 22, 1970 (revised edition: *Physical Review*, D3, 1971, 1303)
- Villasis, M., Márquez, H., Zurita, J., Miranda, G. y Escamilla, A. (2018). Validity and reliability of the measurements. *Revista Alergio México. Metodología de la investigación*. <http://www.scielo.org.mx/pdf/ram/v65n4/2448-9190-ram-65-04-414.pdf>
- Vodral, V. (2011) "*Living in a quantum world*", *Scientific American*, June 2011, pages. 38-43)
- Zúñiga, C., Solano, J. y Bolaños, R. (2016). *Quantic trends in knowledge-based companies: A case analysis of a Costa Rican experience*. *Tendencias cuánticas en empresas orientadas hacia el conocimiento: Análisis de caso de una experiencia costarricense*. Vol.10, Num.3, 2016 TEC Empresarial

ANEXOS

Anexo 01 - Matriz de operacionalización

Variable: Consultoría de servicios empresariales con enfoque cuántico	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles o rangos	Escala de medición
<p>Definición conceptual Es un servicio mediante el cual, el consultor proporciona los conocimientos especializados y capacidad profesional orientados a la solución de problemas prácticos (Sánchez, 2019).</p> <p>Definición operacional La consultoría de servicios se evaluará a partir de los planes estratégico, de operaciones, de marketing, capital humano y financiero (Bravo y Macedo, 2019), mediante sus mínimos detalles o indicadores. El instrumento utilizado es el cuestionario con aplicación de escala tipo Likert</p>	Plan estratégico	<ul style="list-style-type: none"> • Misión, • Visión, • Análisis presente, • Estrategias 	1, 2, 3, 4	4-10 Bajo 11-15 Regular 16-20 Alto	Ordinal
	Plan de operaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo del producto, • Aprovisionamiento, • Costes operativos, • Almacenamiento y distribución, • Servicio post venta, • Sistema de planificación y control 	5, 6, 7, 8, 9	6-14 Bajo 15-23 Regular 24-30 Alto	
	Plan de marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación de mercado, • Producto, • Análisis de la competencia, • Presupuesto, • Precio, • Metas, • Seguimiento y resultados 	10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17	5-12 Bajo 13-20 Regular 21-25 Alto	
	Plan de capital humano	<ul style="list-style-type: none"> • Organigrama, • Equipo directivo, • Puestos y perfiles, • Política de recursos humanos, • Políticas operativas, • Identificar necesidades de planilla 	18, 19, 20, 21, 22, 23	5-12 Bajo 13-20 Regular 21-25 Alto	
	Plan financiero	<ul style="list-style-type: none"> • Cuantificar el patrimonio, • Estimar el flujo de caja, • Definir los objetivos, • Establecer el capital, • Determinar el financiamiento 	24, 25, 26, 27	4-10 Bajo 11-15 Regular 16-20 Alto	

Matriz de consistencia

Análisis de la Consultoría de servicio empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022

Formulación del problema	Objetivos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Métodos
<p>Problema General ¿Cómo es el servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022?</p>	<p>Objetivo General Analizar el servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022.</p>	<p>Variable Servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico</p>	<p>Dimensiones de variable única</p>	<p>Indicadores de variable 01</p>	<p>Tipo de Inv. Aplicada</p> <p>Diseño de Inv. No experimental Nivel: correlacional</p> <p>Población: 180</p> <p>Muestra: 40</p> <p>Técnicas: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>
<p>Problemas específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el Plan estratégico del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022? • ¿De qué manera es el Plan de operaciones del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022? • ¿Cómo es el Plan de marketing del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022? • ¿De qué forma es el Plan de capital humano del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022? • ¿Cuál es la característica del Plan financiero del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022? 	<p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar el Plan estratégico del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022. • Investigar el Plan de operaciones del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022 • Identificar el Plan de marketing del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022 • Conocer el Plan de capital humano del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022 • Diagnosticar el Plan financiero del servicio de consultoría empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022 		<p>Plan estratégico</p>	<p>Misión, Visión, Análisis presente, Estrategias</p>	
			<p>Plan de operaciones</p>	<p>Desarrollo del producto, Aprovechamiento, Costes operativos, Almacenamiento y distribución, Servicio post venta, Sistema de planificación y control</p>	
			<p>Plan de Marketing</p>	<p>Investigación de mercado, Producto, Análisis de la competencia, Presupuesto, Precio, Metas, Seguimiento y resultados</p>	
			<p>Plan de capital humano</p>	<p>Organigrama, Equipo directivo, Puestos y perfiles, Política de recursos humanos, Políticas operativas</p>	
			<p>Plan financiero</p>	<p>Cuantificar el patrimonio, Estimar el flujo de caja, Definir los objetivos, Establecer el capital, Determinar financiamiento</p>	

Anexo 02

CUESTIONARIO DE CONSULTORÍA DE SERVICIOS EMPRESARIALES CON ENFOQUE CUÁNTICO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

Buenos días, se le pide responder la siguiente encuesta el cual tiene carácter confidencial con fines académicos, para obtener información relevante en el cumplimiento de los objetivos de la investigación titulada: **Análisis de la Consultoría de servicio empresarial con enfoque cuántico en las Mypes de Lima norte, 2022**

Agradeciendo su colaboración, le agradezco leer el siguiente cuestionario y responder con la veracidad que el caso amerita:

Género: Hombre _____ Mujer _____

Grado de instrucción: 1. Primaria 2. Secundaria 3. Técnico 4. Universitario

SIEMPRE	CASI SIEMPRE	A VECES	CASI NUNCA	NUNCA
5	4	3	2	1

CONSULTORÍA DE SERVICIOS EMPRESARIALES CON ENFOQUE CUÁNTICO	S	CS	AV	CN	N
Plan estratégico	5	4	3	2	1
Misión					
1.- ¿Estableció la misión de su empresa, con la ayuda de una consultoría?					
Visión					
2.- ¿La visión de su empresa está colocada en lugar visible?					
Análisis presente					
3.- ¿Su empresa cuenta con un diagnóstico actualizado?					
Estrategias					
4.- ¿Conoce los principios de estrategia empresarial?					
Plan de operaciones					
Desarrollo del producto					
5.- ¿Identifica el proceso para el desarrollo del producto?					
Aprovisionamiento					
6.- ¿Cuenta con el aprovisionamiento necesario para los próximos pedidos?					
Costes operativos					
7.- ¿Formula sus costos operativos de manera precisa?					
Almacenamiento					
8.- ¿Posee la infraestructura física para el almacenamiento de sus productos?					
Distribución					

9.- ¿Tiene los canales apropiados para realizar una buena distribución de sus mercancías?					
Plan de marketing	S	CS	AV	CN	N
	5	4	3	2	1
Investigación de mercado					
10.- ¿Conoce el proceso de la investigación de mercado?					
Producto					
11.- ¿Identifica minuciosamente su producto?					
Análisis de la competencia					
12.- ¿Ha realizado algún estudio respecto a su competencia?					
Presupuesto					
13.- ¿Reconoce el presupuesto anual de su empresa?					
Precio					
14.- ¿Puede manejar los precios de sus productos?					
Metas					
15.- ¿Las metas son fijadas de manera periódica?					
Seguimiento					
16.- ¿Las actividades de seguimiento son programadas?					
Resultados					
17.- ¿Los resultados de gestión fueron los esperados?					
Plan de capital humano	S	CS	AV	CN	N
	5	4	3	2	1
Organigrama					
18.- ¿El organigrama de su empresa es visible para todos los colaboradores?					
Equipo directivo					
19.- ¿Su equipo directivo es competente en todo aspecto?					
Puestos					
20.- ¿Los puestos están adecuadamente distribuidos?					
Perfiles					
21.- ¿Los colaboradores responden al perfil del puesto?					
Política de RR.HH.					
22.- ¿La política de RR.HH. responde a las aspiraciones del colaborador?					
Políticas operativas					
23.- ¿Las políticas operativas comprenden la seguridad y salud de los colaboradores?					

Plan financiero	S	CS	AV	CN	N
	5	4	3	2	1
Cuantificación del patrimonio					
24.- ¿El patrimonio se registra en los libros contables de la empresa?					
Estimación del flujo de caja					
25.- ¿Se evalúa el flujo de caja de la empresa, periódicamente?					
Determinación del capital					
26.- ¿El capital social está definido durante el año?					
Determinación del financiamiento					
27.- ¿Las actividades de la empresa fueron financiadas adecuadamente?					

Anexo 03

Confiabilidad del instrumento

Alfa de Cronbach	N de elementos
,930	27

Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad de los items analizados
[0 ; 0,5[Inaceptable
[0,5 ; 0,6[Pobre
[0,6 ; 0,7[Débil
[0,7 ; 0,8[Aceptable
[0,8 ; 0,9[Bueno
[0,9 ; 1]	Excelente

De acuerdo a la tabla de valores expuesto, el coeficiente obtenido en el trabajo de investigación (0,930) es catalogado como excelente.

Anexo 04

Tablas correspondientes a la encuesta aplicada

Tabla 12

1.- ¿Estableció la misión de su empresa, con la ayuda de una consultoría?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	9	22,5	22,5	22,5
	A veces	18	45,0	45,0	67,5
	Casi siempre	11	27,5	27,5	95,0
	Siempre	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

En la tabla 8 se demostró que la gran parte de empresarios encuestados no buscan la ayuda profesional y más bien existe un grupo considerable compuesto por el 67.5% que solamente a veces busca dicha ayuda o simplemente no accede a dicho apoyo profesional.

Tabla 13

2.- ¿La visión de su empresa está colocada en lugar visible?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	12	30,0	30,0	30,0
	A veces	18	45,0	45,0	75,0
	Casi siempre	8	20,0	20,0	95,0
	Siempre	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 14

3.- ¿Su empresa cuenta con un diagnóstico actualizado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	7	17,5	17,5	17,5
	A veces	16	40,0	40,0	57,5
	Casi siempre	17	42,5	42,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 15
4.- ¿Conoce los principios de estrategia empresarial?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	5	12,5	12,5	12,5
	A veces	15	37,5	37,5	50,0
	Casi siempre	17	42,5	42,5	92,5
	Siempre	3	7,5	7,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 16
5.- ¿Identifica el proceso para el desarrollo del producto?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	5	12,5	12,5	12,5
	A veces	18	45,0	45,0	57,5
	Casi siempre	16	40,0	40,0	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 17
6.- ¿Cuenta con el aprovisionamiento necesario para los próximos pedidos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	8	20,0	20,0	20,0
	A veces	15	37,5	37,5	57,5
	Casi siempre	17	42,5	42,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 18
7.- ¿Formula sus costos operativos de manera precisa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	7	17,5	17,5	17,5
	A veces	27	67,5	67,5	85,0
	Casi siempre	5	12,5	12,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 19

8.- ¿Posee la infraestructura física para el almacenamiento de sus productos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	6	15,0	15,0	15,0
	A veces	8	20,0	20,0	35,0
	Casi siempre	25	62,5	62,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 20

9.- ¿Tiene los canales apropiados para realizar una buena distribución de sus mercancías?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	8	20,0	20,0	20,0
	A veces	22	55,0	55,0	75,0
	Casi siempre	9	22,5	22,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 21

10.- ¿Conoce el proceso de la investigación de mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	5,0	5,0	5,0
	A veces	23	57,5	57,5	62,5
	Casi siempre	14	35,0	35,0	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 22

11.- ¿Identifica minuciosamente su producto?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	5	12,5	12,5	12,5
	A veces	28	70,0	70,0	82,5
	Casi siempre	7	17,5	17,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 23

12.- ¿Ha realizado algún estudio respecto a su competencia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	16	40,0	40,0	40,0
	A veces	16	40,0	40,0	80,0
	Casi siempre	8	20,0	20,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 24

13.- ¿Reconoce el presupuesto anual de su empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	6	15,0	15,0	15,0
	A veces	21	52,5	52,5	67,5
	Casi siempre	9	22,5	22,5	90,0
	Siempre	4	10,0	10,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 25

14.- ¿Puede manejar los precios de sus productos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	5	12,5	12,5	12,5
	A veces	28	70,0	70,0	82,5
	Casi siempre	7	17,5	17,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 26

15.- ¿Las metas son fijadas de manera periódica?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	16	40,0	40,0	40,0
	A veces	16	40,0	40,0	80,0
	Casi siempre	8	20,0	20,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 27

16.- ¿Las actividades de seguimiento son programadas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	6	15,0	15,0	15,0
	A veces	21	52,5	52,5	67,5
	Casi siempre	9	22,5	22,5	90,0
	Siempre	4	10,0	10,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 28

17.- ¿Los resultados de gestión fueron los esperados?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	5,0	5,0	5,0
	Casi nunca	9	22,5	22,5	27,5
	A veces	18	45,0	45,0	72,5
	Casi siempre	9	22,5	22,5	95,0
	Siempre	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 29

18.- ¿El organigrama de su empresa es visible para todos los colaboradores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	6	15,0	15,0	15,0
	A veces	20	50,0	50,0	65,0
	Casi siempre	14	35,0	35,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 30

19.- ¿Su equipo directivo es competente en todo aspecto?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	10	25,0	25,0	25,0
	A veces	18	45,0	45,0	70,0
	Casi siempre	11	27,5	27,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 31

20.- ¿Los puestos están adecuadamente distribuidos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	7	17,5	17,5	17,5
	A veces	21	52,5	52,5	70,0
	Casi siempre	11	27,5	27,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 32

21.- ¿Los colaboradores responden al perfil del puesto?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	7	17,5	17,5	17,5
	A veces	21	52,5	52,5	70,0
	Casi siempre	11	27,5	27,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 33

22.- ¿La política de RR.HH. responde a las aspiraciones del colaborador?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	15	37,5	37,5	37,5
	A veces	9	22,5	22,5	60,0
	Casi siempre	11	27,5	27,5	87,5
	Siempre	5	12,5	12,5	100,0

Total	40	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Tabla 34

23.- ¿Las políticas operativas comprenden la seguridad y salud de los colaboradores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	7	17,5	17,5	17,5
	A veces	23	57,5	57,5	75,0
	Casi siempre	10	25,0	25,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 35

24.- ¿El patrimonio se registra en los libros contables de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	12	30,0	30,0	30,0
	A veces	10	25,0	25,0	55,0
	Casi siempre	17	42,5	42,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 36

25.- ¿Se evalúa el flujo de caja de la empresa, periódicamente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	17	42,5	42,5	42,5
	A veces	12	30,0	30,0	72,5
	Casi siempre	8	20,0	20,0	92,5
	Siempre	3	7,5	7,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Tabla 37

26.- ¿El capital social está definido durante el año?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	7,5	7,5	7,5
	A veces	17	42,5	42,5	50,0
	Casi siempre	20	50,0	50,0	100,0

Total	40	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Tabla 38

27.- ¿Las actividades de la empresa fueron financiadas adecuadamente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	14	35,0	35,0	37,5
	A veces	13	32,5	32,5	70,0
	Casi siempre	10	25,0	25,0	95,0
	Siempre	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Anexo 05- Documento de validación del instrumento

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE:
CONSULTORÍA DE SERVICIO EMPRESARIAL**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	DIMENSIÓN 1: Plan estratégico							
1		X		X		X		
2		X		X		X		
3		X		X		X		
4		X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Plan de operaciones	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
5		X		X		X		
6		X		X		X		
7		X		X		X		
8		X		X		X		
9		X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Plan de marketing	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
10		X		X		X		
11		X		X		X		
12		X		X		X		
13		X		X		X		
14		X		X		X		
15		X		X		X		
16		X		X		X		
17		X		X		X		
	DIMENSIÓN 4: Plan de capital humano	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
18		X		X		X		
19		X		X		X		
20		X		X		X		
21		X		X		X		
22		X		X		X		
23		X		X		X		
	DIMENSIÓN 5: Plan financiero	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
24		X		X		X		
25		X		X		X		
26		X		X		X		
27		X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Carranza Estela, Teodoro **DNI:** 08074405

Especialidad del validador: Doctor en Administración de la Educación

Experto temático- Licenciado en Administración

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

3Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 25 de julio del 2022.


DR. TEODOBO CARRANZA ESTELA
LIC. EN ADMINISTRACIÓN
CLAD 08171

Firma del Experto Informante.

Cuestionario para la medición de la variable Consultoría de servicios empresariales con enfoque cuántico

INSTRUCCIONES:

Puede escribir o marcar con un aspa (X) la alternativa que Ud. Crea conveniente.

- | | |
|---------------|-----|
| Siempre. | (5) |
| Casi siempre. | (4) |
| A veces. | (3) |
| Casi nunca. | (2) |
| Nunca. | (1) |

CONSULTORÍA DE SERVICIOS EMPRESARIALES CON ENFOQUE CUÁNTICO	S	CS	AV	CN	N
Plan estratégico	5	4	3	2	1
Misión					
1.- ¿Estableció la misión de su empresa, con la ayuda de una consultoría?	X				
Visión					
2.- ¿La visión de su empresa está colocada en lugar visible?	X				
Análisis presente					
3.- ¿Su empresa cuenta con un diagnóstico actualizado?		X			
Estrategias					
4.- ¿Conoce los principios de estrategia empresarial?	X				
Plan de operaciones					
Desarrollo del producto					
5.- ¿Identifica el proceso para el desarrollo del producto?		X			
Aprovisionamiento					
6.- ¿Cuenta con el aprovisionamiento necesario para los próximos pedidos?	X				
Costes operativos					
7.- ¿Formula sus costos operativos de manera precisa?	X				
Almacenamiento					
8.- ¿Posee la infraestructura física para el almacenamiento de sus productos?	X				
Distribución					
9.- ¿Tiene los canales apropiados para realizar una buena distribución de sus mercancías?	X				
Plan de marketing	S	CS	AV	CN	N
	5	4	3	2	1
Investigación de mercado					
10.- ¿Conoce el proceso de la investigación de mercado?	X				
Producto					

11.- ¿Identifica minuciosamente su producto?		X			
Análisis de la competencia					
12.- ¿Ha realizado algún estudio respecto a su competencia?	X				
Presupuesto					
13.- ¿Reconoce el presupuesto anual de su empresa?	X				
Precio					
14.- ¿Puede manejar los precios de sus productos?	X				
Metas					
15.- ¿Las metas son fijadas de manera periódica?	X				
Seguimiento					
16.- ¿Las actividades de seguimiento son programadas?		X			
Resultados					
17.- ¿Los resultados de gestión fueron los esperados?	X				
Plan de capital humano	S	CS	AV	CN	N
	5	4	3	2	1
Organigrama					
18.- ¿El organigrama de su empresa es visible para todos los colaboradores?		X			
Equipo directivo					
19.- ¿Su equipo directivo es competente en todo aspecto?	X				
Puestos					
20.- ¿Los puestos están adecuadamente distribuidos?	X				
Perfiles					
21.- ¿Los colaboradores responden al perfil del puesto?	X				
Política de RR.HH.					
22.- ¿La política de RR.HH. responde a las aspiraciones del colaborador?	X				
Políticas operativas					
23.- ¿Las políticas operativas comprenden la seguridad y salud de los colaboradores		X			
Plan financiero	S	CS	AV	CN	N
	5	4	3	2	1
Cuantificación del patrimonio					
24.- ¿El patrimonio se registra en los libros contables de la empresa?	X				
Estimación del flujo de caja					
25.- ¿Se evalúa el flujo de caja de la empresa, periódicamente?	X				

Determinación del capital					
26.- ¿El capital social está definido durante el año?	X				
Determinación del financiamiento					
27.- ¿Las actividades de la empresa fueron financiadas adecuadamente?	X				

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE:
CONSULTORÍA DE SERVICIO EMPRESARIAL**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	DIMENSIÓN 1: Plan estratégico							
1		X		X		X		
2		X		X		X		
3		X		X		X		
4		X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Plan de operaciones	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
5		X		X		X		
6		X		X		X		
7		X		X		X		
8		X		X		X		
9		X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Plan de marketing	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
10		X		X		X		
11		X		X		X		
12		X		X		X		
13		X		X		X		
14		X		X		X		
15		X		X		X		
16		X		X		X		
17		X		X		X		
	DIMENSIÓN 4: Plan de capital humano	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
18		X		X		X		
19		X		X		X		
20		X		X		X		
21		X		X		X		
22		X		X		X		
23		X		X		X		
	DIMENSIÓN 5: Plan financiero	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
24		X		X		X		
25		X		X		X		
26		X		X		X		
27		X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Janampa Acuña, Nerio **DNI:** 28270171

Especialidad del validador: Doctor en Ciencias Contables y Empresariales

Doctor en Administración


1Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

2Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

3Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 25 de julio del 2022.



Dr. Nerio Janampa Acuña

Firma del Experto Informante.

Cuestionario para la medición de la variable Consultoría de servicios empresariales con enfoque cuántico

INSTRUCCIONES:

Puede escribir o marcar con un aspa (X) la alternativa que Ud. Crea conveniente.

- | | |
|---------------|-----|
| Siempre. | (5) |
| Casi siempre. | (4) |
| A veces. | (3) |
| Casi nunca. | (2) |
| Nunca. | (1) |

CONSULTORÍA DE SERVICIOS EMPRESARIALES CON ENFOQUE CUÁNTICO	S	CS	AV	CN	N
Plan estratégico	5	4	3	2	1
Misión					
1.- ¿Estableció la misión de su empresa, con la ayuda de una consultoría?	X				
Visión					
2.- ¿La visión de su empresa está colocada en lugar visible?	X				
Análisis presente					
3.- ¿Su empresa cuenta con un diagnóstico actualizado?		X			
Estrategias					
4.- ¿Conoce los principios de estrategia empresarial?	X				
Plan de operaciones					
Desarrollo del producto					
5.- ¿Identifica el proceso para el desarrollo del producto?		X			
Aprovisionamiento					
6.- ¿Cuenta con el aprovisionamiento necesario para los próximos pedidos?	X				
Costes operativos					
7.- ¿Formula sus costos operativos de manera precisa?	X				
Almacenamiento					
8.- ¿Posee la infraestructura física para el almacenamiento de sus productos?	X				
Distribución					
9.- ¿Tiene los canales apropiados para realizar una buena distribución de sus mercancías?	X				
Plan de marketing	S	CS	AV	CN	N
	5	4	3	2	1

Investigación de mercado					
10.- ¿Conoce el proceso de la investigación de mercado?	X				
Producto					
11.- ¿Identifica minuciosamente su producto?		X			
Análisis de la competencia					
12.- ¿Ha realizado algún estudio respecto a su competencia?	X				
Presupuesto					
13.- ¿Reconoce el presupuesto anual de su empresa?	X				
Precio					
14.- ¿Puede manejar los precios de sus productos?	X				
Metas					
15.- ¿Las metas son fijadas de manera periódica?	X				
Seguimiento					
16.- ¿Las actividades de seguimiento son programadas?		X			
Resultados					
17.- ¿Los resultados de gestión fueron los esperados?	X				
Plan de capital humano	S	CS	AV	CN	N
	5	4	3	2	1
Organigrama					
18.- ¿El organigrama de su empresa es visible para todos los colaboradores?	X				
Equipo directivo					
19.- ¿Su equipo directivo es competente en todo aspecto?	X				
Puestos					
20.- ¿Los puestos están adecuadamente distribuidos?	X				
Perfiles					
21.- ¿Los colaboradores responden al perfil del puesto?	X				
Política de RR.HH.					
22.- ¿La política de RR.HH. responde a las aspiraciones del colaborador?	X				
Políticas operativas					
23.- ¿Las políticas operativas comprenden la seguridad y salud de los colaboradores?		X			

Plan financiero	S	CS	AV	CN	N
	5	4	3	2	1
Cuantificación del patrimonio					
24.- ¿El patrimonio se registra en los libros contables de la empresa?	X				
Estimación del flujo de caja					
25.- ¿Se evalúa el flujo de caja de la empresa, periódicamente?	X				
Determinación del capital					
26.- ¿El capital social está definido durante el año?	X				
Determinación del financiamiento					
27.- ¿Las actividades de la empresa fueron financiadas adecuadamente?	X				

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE:
CONSULTORÍA DE SERVICIO EMPRESARIAL**

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
	DIMENSIÓN 1: Plan estratégico							
1		X		X		X		
2		X		X		X		
3		X		X		X		
4		X		X		X		
	DIMENSIÓN 2: Plan de operaciones	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
5		X		X		X		
6		X		X		X		
7		X		X		X		
8		X		X		X		
9		X		X		X		
	DIMENSIÓN 3: Plan de marketing	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
10		X		X		X		
11		X		X		X		
12		X		X		X		
13		X		X		X		
14		X		X		X		
15		X		X		X		
16		X		X		X		
17		X		X		X		
	DIMENSIÓN 4: Plan de capital humano	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
18		X		X		X		
19		X		X		X		
20		X		X		X		
21		X		X		X		
22		X		X		X		
23		X		X		X		
	DIMENSIÓN 5: Plan financiero	Sí	No	Sí	No	Sí	No	
24		X		X		X		
25		X		X		X		
26		X		X		X		
27		X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Armijo García, Víctor Hugo DNI: 15725558

Especialidad del validador: Doctor en Auditoría financiera

Contador Público Colegiado

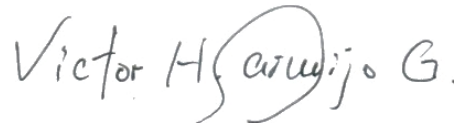
1Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

2Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

3Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Lima, 25 de julio del 2022.



Firma del Experto Informante.
DNI: 15725558

Cuestionario para la medición de la variable Consultoría de servicios empresariales con enfoque cuántico

INSTRUCCIONES:

Puede escribir o marcar con un aspa (X) la alternativa que Ud. Crea conveniente.

- | | |
|---------------|-----|
| Siempre. | (5) |
| Casi siempre. | (4) |
| A veces. | (3) |
| Casi nunca. | (2) |
| Nunca. | (1) |

CONSULTORÍA DE SERVICIOS EMPRESARIALES CON ENFOQUE CUÁNTICO	S	CS	AV	CN	N
Plan estratégico	5	4	3	2	1
Misión					
1.- ¿Estableció la misión de su empresa, con la ayuda de una consultoría?	X				
Visión					
2.- ¿La visión de su empresa está colocada en lugar visible?	X				
Análisis presente					
3.- ¿Su empresa cuenta con un diagnóstico actualizado?		X			
Estrategias					
4.- ¿Conoce los principios de estrategia empresarial?	X				
Plan de operaciones					
Desarrollo del producto					
5.- ¿Identifica el proceso para el desarrollo del producto?		X			
Aprovisionamiento					
6.- ¿Cuenta con el aprovisionamiento necesario para los próximos pedidos?	X				
Costes operativos					
7.- ¿Formula sus costos operativos de manera precisa?	X				
Almacenamiento					
8.- ¿Posee la infraestructura física para el almacenamiento de sus productos?	X				
Distribución					
9.- ¿Tiene los canales apropiados para realizar una buena distribución de sus mercancías?	X				
Plan de marketing	S	CS	AV	CN	N
	5	4	3	2	1

Investigación de mercado					
10.- ¿Conoce el proceso de la investigación de mercado?	X				
Producto					
11.- ¿Identifica minuciosamente su producto?		X			
Análisis de la competencia					
12.- ¿Ha realizado algún estudio respecto a su competencia?	X				
Presupuesto					
13.- ¿Reconoce el presupuesto anual de su empresa?	X				
Precio					
14.- ¿Puede manejar los precios de sus productos?	X				
Metas					
15.- ¿Las metas son fijadas de manera periódica?	X				
Seguimiento					
16.- ¿Las actividades de seguimiento son programadas?		X			
Resultados					
17.- ¿Los resultados de gestión fueron los esperados?	X				
Plan de capital humano	S	CS	AV	CN	N
	5	4	3	2	1
Organigrama					
18.- ¿El organigrama de su empresa es visible para todos los colaboradores?	X				
Equipo directivo					
19.- ¿Su equipo directivo es competente en todo aspecto?	X				
Puestos					
20.- ¿Los puestos están adecuadamente distribuidos?	X				
Perfiles					
21.- ¿Los colaboradores responden al perfil del puesto?	X				
Política de RR.HH.					
22.- ¿La política de RR.HH. responde a las aspiraciones del colaborador?	X				
Políticas operativas					
23.- ¿Las políticas operativas comprenden la seguridad y salud de los colaboradores?		X			

Plan financiero	S	CS	AV	CN	N
	5	4	3	2	1
Cuantificación del patrimonio					
24.- ¿El patrimonio se registra en los libros contables de la empresa?	X				
Estimación del flujo de caja					
25.- ¿Se evalúa el flujo de caja de la empresa, periódicamente?	X				
Determinación del capital					
26.- ¿El capital social está definido durante el año?	X				
Determinación del financiamiento					
27.- ¿Las actividades de la empresa fueron financiadas adecuadamente?	X				

Anexo 06- Autorización para investigación

"Año del fortalecimiento de la soberanía nacional"

Carabayllo, 12 de julio de 2022

CARTA N° 226 – 2022 – CAMIPYMEP – LIMA NORTE

Señor: MANUEL SALVADOR CAMA SOTELO

Estudiante del Programa de Estudio Titulación, modalidad Taller de elaboración de tesis de la Universidad César Vallejo

Presente

Asunto: **Autorización para realizar investigación en la Asociación de Pequeñas y Microempresas- CAMIPYMEP, filial Lima Norte**

Tengo el agrado de dirigirme a usted para saludarle y a su vez dar respuesta al documento presentado a mi persona, requiriendo el permiso para ejecutar su investigación en los miembros directivos de las pequeñas y microempresas de esta Asociación, relacionado al tema análisis de la Consultoría de servicios empresariales con enfoque cuántico en las mypes de Lima norte, 2022; esperando que alcance su objetivo académico, queda AUTORIZADO para realizar dicha actividad.

Sin otro particular, quedo de usted.

Atentamente,



.....
Augusto Fidel Horna Venegas

DNI N° 08548430
Presidente de CAMIPYMEP