

DESARROLLO EMPRESARIAL EN TARMA INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

César Luis Carhuas-Callupe; Angela Agustina Alanya-Flores; Renzo Jhojhan Guadalupe-Perez; Angelo Brayan Quispe-Henriquez; Karolay Shirley Ramirez-Cavides; Clara Teofila Zubiaurre-Huachhuaco; Jennifer Estefane Vega-Sánchez; Joyce Coraima Campos-Jaime; Jazmin Mirella Velasquez-Bullón; Miguel Benito Espinoza-Cirineo; Rocio Pilar Leguia-Quiñonez





UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE HUANTA
VICEPRESIDENCIA DE INVESTIGACIÓN

DESARROLLO EMPRESARIAL EN TARMA INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

CÉSAR LUIS CARHUAS-CALLUPE
ANGELA AGUSTINA ALANYA-FLORES
RENZO JHOJHAN GUADALUPE-PEREZ
ANGELO BRAYAN QUISPE-HENRIQUEZ
KAROLAY SHIRLEY RAMIREZ-CAVIDES
CLARA TEOFILA ZUBIAURRE-HUACHHUACO
JENNIFER ESTEFANE VEGA-SÁNCHEZ
JOYCE CORAIMA CAMPOS-JAIME
JAZMIN MIRELLA VELASQUEZ-BULLÓN
MIGUEL BENITO ESPINOZA-CIRINEO
ROCIO PILAR LEGUIA-QUIÑONEZ



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE HUANTA

DESARROLLO EMPRESARIAL EN TARMA

INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD



CÉSAR LUIS CARHUAS-CALLUPE
ANGELA AGUSTINA ALANYA-FLORES
RENZO JHOJHAN GUADALUPE-PEREZ
ANGELO BRAYAN QUISPE-HENRIQUEZ
KAROLAY SHIRLEY RAMIREZ-CAVIDES
CLARA TEOFILA ZUBIAURRE-HUACHHUACO
JENNIFER ESTEFANE VEGA-SÁNCHEZ
JOYCE CORAIMA CAMPOS-JAIME
JAZMIN MIRELLA VELASQUEZ-BULLÓN
MIGUEL BENITO ESPINOZA-CIRINEO
ROCIO PILAR LEGUIA-QUIÑONEZ

César Luis Carhuas-Callupe / Ángela Agustina Alanya-Flores
Renzo Jhojhan Guadalupe-Perez / Angelo Brayan Quispe-Henriquez
Karolay Shirley Ramirez-Cavides / Clara Teofila Zubiaurre-Huachhuaco
Jennifer Estefane Vega-Sánchez / Joyce Coraima Campos-Jaime
Jazmin Mirella Velasquez-Bullón / Miguel Benito Espinoza-Cirineo
Rocio Pilar Leguia-Quíñonez

Desarrollo Empresarial en Tarma: Innovación y Sostenibilidad / 1ra ed. Huanta: Universidad Nacional Autónoma de Huanta, Fondo Editorial, 2024.

173 pp.; 17x23cm

Desarrollo Empresarial en Tarma: Innovación y Sostenibilidad

Editado por:

© Universidad Nacional Autónoma de Huanta, Fondo Editorial. Jr. Manco Cápac No 497, El Bosque, local administrativo, Huanta, Ayacucho - Perú.

ISBN: 978-612-49667-4-3

1ª edición Digital – julio 2024

HECHO EL DEPÓSITO LEGAL EN LA BIBLIOTECA NACIONAL DEL PERÚ
Nº 2024-07649

Libro electrónico disponible en DOI: <https://doi.org/10.37073/feunah.48>

Proceso de Revisión

Fue revisado por pares externos en modalidad de doble ciego.

Revisor A:  Luis Antonio Visurraga-Camargo

Revisor B:  Jacqueline Denisse Llacza-Molina

Corrector de estilo

Wilfredo Fredy Paco-Huamani

Diseño de cubierta y diagramación de interiores

Antony Aguilar-Ozejo

Publicado en el Perú / Published in Peru

Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra, sin autorización escrita del autor.

INDICE

INTRODUCCIÓN	13
--------------------	----

CAPITULO I

ESTRÉS LABORAL: ANÁLISIS DEL PERSONAL DE UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA DE TARMA

RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	20
CONCLUSIONES.....	25
REFERENCIAS.....	26

CAPITULO II

EL ROL DE LA TECNOLOGÍA EN LA ADMINISTRACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES)

MICROEMPRESAS.....	31
PEQUEÑAS EMPRESAS.....	32
MEDIANA EMPRESA	33
DISCUSIÓN Y REFLEXIONES	35
CONCLUSIONES.....	36
REFERENCIAS.....	37

CAPITULO III

LOGÍSTICA INTEGRAL: SU PAPEL EN EL DESEMPEÑO DE LAS PYMES DE AGREGADOS Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

RESULTADOS.....	42
DISCUSIÓN Y REFLEXIONES	44
CONCLUSIONES.....	47
REFERENCIAS.....	49

CAPITULO IV

MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS (MYPES): INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DEL TALENO HUMANO

FORMACIÓN Y DESARROLLO DE EMPLEADOS	56
INNOVACIÓN Y CULTURA ORGANIZACIONAL	56
RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL.....	57
DESAÍOS Y RECOMENDACIONES PARA LAS MYPES.....	57
DISCUSIÓN Y REFLEXIONES	59
CONCLUSIONES.....	61
RECOMENDACIONES	62
REFERENCIAS.....	63

CAPITULO V

RETENCIÓN DE EMPLEADOS EN UN ENTORNO COMPETITIVO

RESULTADOS.....	69
DISCUSIÓN.....	70
CONCLUSIONES.....	74
REFERENCIAS.....	76

CAPITULO VI

MÁS ALLÁ DE LA MONEDA: DESCIFRANDO EL IMPACTO PSICOLÓGICO DEL SALARIO EN LA MOTIVACIÓN LABORAL

IMPORTANCIA DEL SALARIO PARA LA MOTIVACIÓN.....	82
IMPORTANCIA DE LAS RECOMPENSAS EMOCIONALES.....	83
IMPACTO EN EL COMPROMISO Y LA RETENCIÓN DE EMPLEADOS.....	83
NECESIDAD DE UN ENFOQUE INTEGRAL EN LA GESTIÓN DE RETRIBUCIONES....	84
RECONOCIMIENTO DEL VALOR DEL CAPITAL HUMANO	84
CONCLUSIONES.....	86
REFERENCIAS.....	86

CAPITULO VII

LA REALIDAD AUMENTADA: UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIO PARA EL COMPLEJO ARQUEOLÓGICO DE TARMATAMBO

CONCLUSIONES	97
REFERENCIAS.....	98

CAPITULO VIII

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS FACTORES QUE INCIDEN EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN RESTAURANTES DE TARMA

RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	106
CONCLUSIONES.....	121
REFERENCIAS.....	122

CAPÍTULO IX

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA INTELIGENTE: CLAVE PARA LA BUENA EXPERIENCIA EN TARMA “PERLA DE LOS ANDES”

EXPERIENCIAS TURÍSTICAS.....	126
PLANIFICACIÓN TURÍSTICA INTELIGENTE.....	128
EXPERIENCIA DE AVENTURA.....	129
EXPERIENCIA GASTRONÓMICA.....	129
EXPERIENCIA DE COMPRAS.....	130
PLANIFICACIÓN TURÍSTICA INTELIGENTE (SC01).....	137
EXPERIENCIA DE AVENTURA (SC02)	137
EXPERIENCIA GASTRONÓMICA (SC03).....	137
EXPERIENCIA DE COMPRAS (SC04).....	138
CONCLUSIONES.....	138
REFERENCIAS.....	139

CAPÍTULO X

FORMALIZACIÓN TRIBUTARIA EN LOS NEGOCIOS DE TARMA, PERÚ

CONSIDERACIONES FINALES	150
REFERENCIAS.....	152

CAPÍTULO XI

EVALUACIÓN DE LA CULTURA EMPRENDEDORA EN TARMA, PERÚ

SER HUMANO	159
AMBIENTE	164
CONSIDERACIONES FINALES	169
REFERENCIAS.....	170

INTRODUCCIÓN

En el dinámico y competitivo mundo actual, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) enfrentan desafíos y oportunidades sin precedentes. La globalización, el avance tecnológico y las nuevas demandas del mercado han transformado el panorama empresarial, obligando a las PYMES a adaptarse y evolucionar constantemente. Este libro titulado: “DESARROLLO EMPRESARIAL EN TARMA: INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD” se propone explorar diversas facetas cruciales para la gestión y el éxito de las PYMES, abordando temas desde la implementación tecnológica hasta la gestión del talento humano y las estrategias de negocio innovadoras. Por jóvenes impetuosos de la línea de administración.

Capítulo I: Estrés laboral: análisis del personal de una universidad pública de Tarma, manuscrito de César Luis Carhuas-Callupe, que en su extenso evidencia el estrés laboral como un problema creciente en muchos sectores, incluido el académico. Este capítulo presenta un análisis detallado del estrés laboral entre el personal de una universidad pública en Tarma, identificando las causas, consecuencias y posibles soluciones para mejorar el bienestar y la productividad del personal.

Capítulo II: El rol de la tecnología en la administración de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), escrito por Angela Agustina Alanya-Flores, invoca a la tecnología y su forma de evolucionar las PYMES. Este capítulo examina cómo la adopción de tecnologías emergentes puede incrementar la eficiencia operativa, optimizar procesos y abrir nuevas oportunidades de negocio. Se discuten casos prácticos y herramientas tecnológicas clave que están transformando la administración de las PYMES.

Capítulo III: Logística integral: su papel en el desempeño de las PYMES de agregados y materiales de construcción, en la pluma de Renzo Jhojhan Guadalupe-Pérez, quien desde su experiencia describe la logística como un componente esencial para el éxito de cualquier empresa, especialmente en el sector de agregados y materiales de construcción. Se analiza el desempeño y la competitividad de las PYMES en este sector, destacando estrategias logísticas efectivas y estudios de caso relevantes.

Capítulo IV: Micro y pequeñas empresas (MYPES): influencia de la gestión del talento humano, desarrollado por Angelo Brayan Quispe-Henriquez, donde se valora el talento humano como uno de los activos más valiosos de cualquier empresa, se explora cómo la gestión efectiva del talento puede impactar positivamente en las MYPES, abordando temas como la capacitación, la retención de empleados y la creación de un ambiente de trabajo motivador y productivo.

Capítulo V: Retención de empleados en un entorno competitivo, por Karolay Shirley Ramirez-Cavides, quine menciona que esta estrategia es crucial para el éxito a largo plazo de cualquier empresa, se examinan las mejores prácticas y métodos para retener a los empleados en un entorno altamente competitivo. Se discuten políticas de retención, incentivos y programas de desarrollo profesional.

Capítulo VI: Más allá de la moneda: descifrando el impacto psicológico del salario en la motivación laboral, investigado por Clara Teofila Zubiaurre-Huachhuaco, donde menciona que el salario no es el único factor que influye en la motivación laboral, en este espacio se profundiza en los aspectos psicológicos del salario y cómo diferentes componentes de la remuneración pueden afectar la motivación y satisfacción de los empleados

Capítulo VII: La realidad aumentada: una estrategia de negocio para el complejo arqueológico de Tarmatambo, escrito por Jennifer Estefane Vega-Sanchez. La realidad aumentada (RA) ofrece nuevas y emocionantes oportunidades para el sector turístico y de negocios, se evalúa cómo la implementación de RA puede convertirse en una estrategia innovadora para atraer visitantes y mejorar la experiencia en el complejo arqueológico de Tarmatambo.

Capítulo VIII: Análisis comparativo de los factores que inciden en la satisfacción de los clientes en restaurantes de Tarma, en la mirada de Joyce Coraima Campos-Jaime, donde evidencia que la satisfacción del cliente es un indicador clave del éxito empresarial, especialmente en la industria de la restauración, la au-

tora realiza un análisis comparativo de los factores que influyen en la satisfacción de los clientes en dos diferentes restaurantes de Tarma, examina aspectos como la calidad del servicio, la oferta gastronómica y el ambiente, proporcionando insights valiosos para mejorar la experiencia del cliente.

Capítulo IX: Planificación turística inteligente: clave para la buena experiencia en Tarma “Perla de los Andes”, analizado por Jazmin Mirella Velasquez Bullón. Al integrar tecnologías avanzadas y enfoques sostenibles, se puede mejorar la gestión de recursos, la infraestructura y la promoción del destino. Esto incluye el uso de sistemas de gestión de visitantes, análisis de datos para entender mejor las preferencias de los turistas y la implementación de soluciones digitales como aplicaciones móviles y realidad aumentada. Estas estrategias no solo enriquecen la experiencia del visitante, proporcionando información en tiempo real y rutas personalizadas, sino que también ayudan a preservar el patrimonio cultural y natural de Tarma, garantizando un turismo sostenible que beneficie tanto a los viajeros como a la comunidad local.

Capítulo X: Formalización tributaria en los negocios de Tarma, Perú, investigado por Miguel Benito Espinoza-Cirineo, quien manifiesta que la formalización representa un paso crucial hacia el desarrollo económico sostenible y la equidad fiscal en la región. Al integrar sus operaciones en el sistema tributario formal, las empresas locales no solo cumplen con sus obligaciones legales, sino que también acceden a una serie de beneficios, como la posibilidad de obtener financiamiento, participar en licitaciones públicas y acceder a programas de apoyo gubernamental. Esta formalización promueve la transparencia, mejora la competitividad y contribuye al crecimiento económico al aumentar la recaudación fiscal, que puede ser reinvertida en infraestructuras y servicios públicos esenciales para la comunidad de Tarma.

Capítulo XI: Evaluación de la cultura emprendedora en Tarma, Perú, en las manos de Rocio Pilar Leguía-Quíñonez, quien revela un ecosistema vibrante y en constante evolución, impulsado por la creatividad y la resiliencia de sus habitantes, destaca por su espíritu innovador y su capacidad para aprovechar las oportunidades emergentes. Mediante el análisis de factores como la educación empresarial, el acceso a financiamiento, el apoyo gubernamental y la infraestructura disponible, se puede identificar tanto las fortalezas como los desafíos que enfrentan los emprendedores locales.

Se agradece profundamente a la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, por la oportunidad brindada a los Semilleros de Investigación “Objetivo Desarrollo Sostenible”, a la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, por la publicación a través de su Fondo Editorial y a todos aquellos que contribuyeron al desarrollo y motivación del presente. Al concluir este recorrido, se valora a los lectores por su interés y confianza en este trabajo, la misma que es una manifestación del esfuerzo y dedicación de sus autores, quienes, han conservado su autonomía investigativa y están dispuestos a recibir críticas constructivas que los ayuden a perfeccionar su labor. Esperamos que esta obra sirva como una valiosa herramienta para estudiantes, académicos y profesionales de la administración y que inspire a otros a seguir explorando y desarrollando sus conocimientos en estos campos.

Ketty Marilú Moscoso Paucarchuco

Tutora

Semillero de Investigación

Objetivo Desarrollo Sostenible

CAPITULO I

ESTRÉS LABORAL: ANÁLISIS DEL PERSONAL DE UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA DE TARMA

César Luis Carhuas-Callupe

 Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, Perú

 0009-0008-4498-2102

 71777173@unaat.edu.pe

Anivel mundial, el estrés laboral tiene un impacto significativo en el desempeño individual y la productividad organizacional. Cuando las demandas del entorno superan la capacidad de resiliencia de una persona, ocurre esta respuesta natural. La sobrecarga de trabajo, los conflictos en el lugar de trabajo y los entornos laborales desfavorables son solo algunas de las muchas fuentes de estrés en el trabajo.

Según Muñoz y Sanchez (2022) el estrés laboral es considerado actualmente una de las condiciones médicas más prevalentes en el mundo; las personas que padecen esta condición no se desempeñan bien en el trabajo. El estrés se manifiesta en dos ámbitos muy comunes, la vida cotidiana y laboral, aunque el estrés sea situacional sus síntomas no desaparecen rápidamente, cabe resaltar que este es diferente para cada persona (Rojas-Solís et al, 2020).

El estrés laboral se centra en el ámbito profesional, afectando al trabajador tanto física como mentalmente, produciendo consecuencias que afectan a la salud y entorno del individuo, afectando así su productividad (IMSS, s.f., como se cita en Cortés et al, 2020) de la misma manera, según Ortiz (2020) el estrés laboral es un problema que afecta a todas las personas sin distinción, existen diferentes tipos de estrés laboral, tales como: Estrés laboral episódico, crónico, positivo y negativo.

Según Cardi (2022) el estrés surge cuando un individuo está frente a demandas ocasionadas por la interacción con su entorno, en las cuales su resiliencia es insuficiente provocando alteraciones en su bienestar y salud. De la misma manera, según Buitrago-Orjuela et al. (2021) cuando las condiciones de trabajo no corresponden a los recursos y necesidades del trabajador, se produce estrés originado por el trabajo, que causa síntomas de enfermedad y desgaste. Si el estrés laboral no es tratado adecuadamente puede ocasionar consecuencias negativas como alteraciones físicas, conductuales, entre otras, afectando así a la organización (Flores-Meza et al., 2021).

Según Buitrago-Orjuela et al. (2021) mencionan que existe diferentes causas que aborda el estrés laboral, las más principales de todas es el exceso de carga laboral, la falta de apoyo organizacional y la desorganización, estos factores existen principalmente en la industria terciaria, donde están incluidos el personal de salud, los docentes y personal administrativo. Sin embargo, Según Juárez, 2019, como se cita en Rodríguez et al. (2023) destaca en su investigación que no existe una causa única del por qué se origina el estrés laboral, pero indican que se ha logrado identificar las posibles causas como el ambiente inapropiado en que se encuentran, la demasiada carga de trabajos pendientes y la deficiencia del tiempo.

Según Ortiz (2020) las diversas situaciones que se presentan a diario en el trabajo no afectan a todos por igual, existen pocas personas que son capaces de resistir las diferentes causas del estrés. Es por ello que es importante reconocer las consecuencias a la cual es propenso a sufrir como problemas mentales, físicos y síndromes, por el lado del aspecto laboral se presenta, rendimiento bajo, absentismo laboral y conflictos laborales (Ramírez, 2023).

Una de las principales consecuencias del estrés laboral son los conflictos laborales, este tipo de consecuencia se origina porque existe mala comunicación, falta de reconocimiento del trabajo desarrollado, falta de motivación y posturas que velan por sus propios intereses (Morales, 2021, como se cita en Quilca, 2023).

Por otra parte, el ambiente de trabajo juega un papel importante en el estrés laboral, según Farias-Macias et al. (2021) el ambiente de trabajo es favorable cuando satisface las necesidades de los colaboradores, y desfavorable cuando produce frustración, esto ocasiona que tenga una gran influencia en el desempeño laboral de cada colaborador. Según Suárez et al. (2020) el ambiente de trabajo influye directamente en el estrés de los colaboradores, algunas causas directas son: La iluminación, el ruido y la temperatura.

Según Dolores et al. (2023) mencionan en su investigación que el estrés tiene un impacto significativo en el desempeño laboral de los empleados; se descubrió que la cantidad de estrés que experimentan los empleados disminuye su desempeño laboral. De igual importancia, los síntomas como la fatiga física y emocional disminuyen su desempeño (Salgado y Lería, 2020, como se cita en Soriano (2021), por lo tanto, se puede determinar que el estrés afecta significativamente al cumplimiento de tareas, lo que ocasiona errores procedimentales que afectan tanto al individuo, equipo y organización (Espinoza-Ruiz et al., 2023).

Según Rabanal-León et al. (2021) un individuo bajo la influencia del estrés tiene dificultades en su vida personal y laboral, es por ello que las organizaciones deben buscar estrategias para prevenir el estrés y así asegurar la salud física y psicológica de sus colaboradores. De la misma forma, Amaya et al. (2021) mencionan que el colaborador juega un papel fundamental para la organización y es por ello que se deben implementar estrategias que eliminen las situaciones de estrés y así no afectar a la salud y bienestar del individuo y la organización. Es por ello que, Izquierdo y Paraza (2024) en su investigación recomiendan mantener una vigilancia constante y tomar medidas preventivas para ayudar a los empleados a evitar el estrés.

La presente investigación es de enfoque cualitativo, según Rojas-Gutiérrez (2022) el enfoque cualitativo nos brinda profundidad y contextualización de los datos, esto permite que la investigación sea natural, flexible y holística. Para la búsqueda de información se utilizó la siguiente base de datos: Scopus, Google Académico, Scielo, Dialnet, Dspace y Repositorio de universidades, además. Se utilizó los siguientes criterios de inclusión: Estudios publicados en los últimos 5 años, estudios que contengan la palabra clave: estrés. El procesamiento de la información de los datos recaudados se realizó a través de ATLAS.ti9 y el gestor de referencias Mendeley.

Para esta investigación se utilizó la técnica de investigación: entrevista estructurada, con una guía de entrevista compuesta por ocho (08) preguntas, distribuida en cuatro (04) preguntas para cada subcategoría, esto para obtener la información necesaria del personal de la Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma (UNAAAT); Las preguntas utilizadas son las siguientes: ¿Cómo te sientes frente a los desacuerdos o malentendidos con tus compañeros de trabajo? ¿Qué tipo de situaciones laborales crees que generan más conflictos entre colegas? ¿De qué manera los conflictos laborales afectan tu rendimiento? ¿Qué estrategias utilizas para manejar los conflictos laborales? ¿Qué aspectos físicos de tu entorno de trabajo (como el ruido, la iluminación, la temperatura) consideras que contribuyen a tu estrés laboral? ¿Cómo influye el diseño de tu espacio de trabajo en tu bienestar físico y mental?

¿Puedes describir una situación en la que las condiciones del lugar de trabajo dificultaron tu capacidad para concentrarte o realizar tus tareas? ¿Qué cambios o mejoras sugieres para crear un entorno laboral más saludable y reducir el estrés en general?

Tabla 1

Operacionalización de la categoría 1: Estrés laboral.

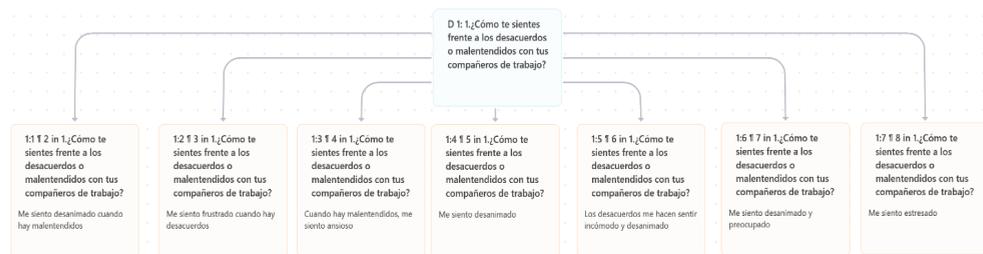
Categoría	Definición conceptual	Definición operacional	Subcategorías	Técnica
C1: Estrés laboral	El estrés laboral se ha convertido en un problema inherente en los entornos empresariales, ya que puede afectar negativamente el desempeño y la salud física y mental de los empleados. (Condori Mamani y Cari Condori, 2022).	En la investigación la categoría 1: Estrés laboral, se evaluará mediante una entrevista constituida por 8 preguntas por cada subcategoría.	C1.SC1:	Técnica: Entrevista.
			Estrés por conflictos laborales.	Instrumento: Guía de entrevista.
			C1.SC2:	Técnica: Entrevista.
			Estrés por el entorno laboral.	Instrumento: Guía de entrevista.

Nota. Se presenta la definición conceptual, operacional, subcategorías y técnicas de la categoría de investigación: Estrés laboral.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Figura 1

Resultados de la pregunta ¿Cómo te sientes frente a los desacuerdos o malentendidos con tus compañeros de trabajo?



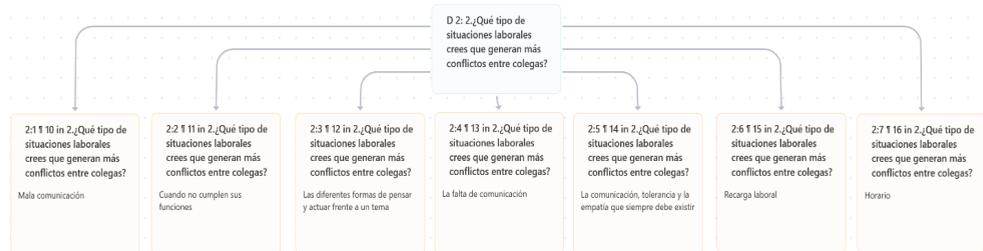
Nota. Se presenta la entrevista sobre la pregunta 1 procesada por ATLAS.ti9.

La figura 1 que corresponde a la subcategoría de estrés por conflictos laborales, permite observar las reacciones del personal de la UNAAT frente a desacuerdos o malentendidos con sus compañeros de trabajo, las respuestas van desde sentirse desanimado, estresado, incómodo, preocupado hasta frustrado y ansioso, lo que puede generar un bajo rendimiento laboral, esto hallazgos coincide con lo mencionado por Rodríguez et al. (2023) los conflictos interpersonales en el trabajo, pue-

den ocasionar altos niveles de estrés emocional, asimismo, asimismo, Ortiz (2020) el estrés laboral tiene un impacto emocional en una persona, y puede ser muy perjudicial y difícil de manejar. Este tipo de estrés surge con frecuencia en entornos donde prevalece una mala comunicación y discusiones constantes.

Figura 2

Resultados de la pregunta ¿Qué tipo de situaciones laborales crees que generan más conflictos entre colegas?

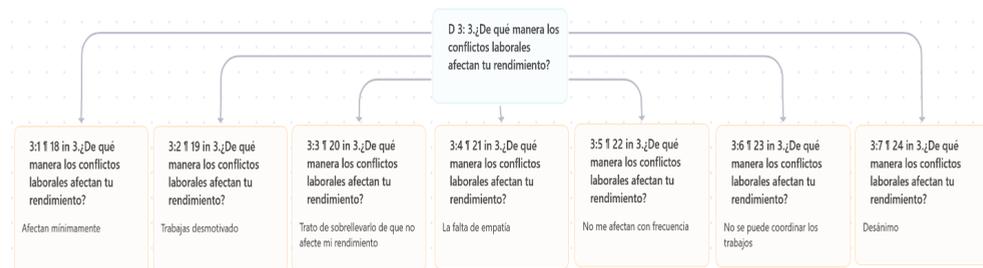


Nota. Se presenta la entrevista sobre la pregunta 2 procesada por ATLAS.ti9.

La figura 2 que corresponde a la subcategoría de estrés por conflictos laborales, en la pregunta se puede observar los tipos de situaciones laborales que generan conflictos entre el personal de UNAAT, Las respuestas más comunes fueron la falta de comunicación, problemas relacionados al horario y la sobrecarga de trabajo. Estos hallazgos coinciden con el de Rodríguez et al. (2023) las situaciones más destacas la sobrecarga de trabajo, el ambiente laboral y la presión del tiempo debido a horarios limitados como las principales situaciones generadoras de los conflictos, de la misma forma, Ramírez (2023) menciona que los turnos de trabajo, la sobrecarga de tareas y la exposición a riesgos pueden hacer que la propia actividad laboral sea una fuente importante de estrés.

Figura 3

Resultados de la pregunta ¿De qué manera los conflictos laborales afectan tu rendimiento?

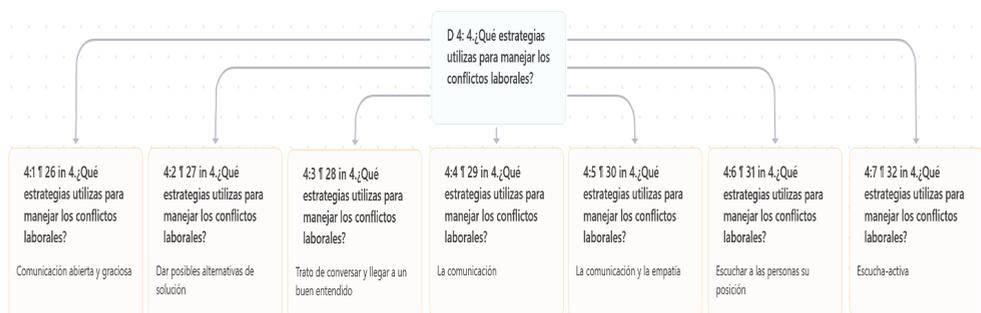


Nota. Se presenta la entrevista sobre la pregunta 3 procesada por ATLAS.ti9.

La figura 3 que corresponde a la subcategoría de estrés por conflictos laborales, permite observar las diferentes perspectivas del personal de la UNAAT frente a los conflictos laborales y como estos afectan a su rendimiento laboral; en las respuestas obtenidas se puede observar que algunas personas suelen verse más afectadas que otras. Estos hallazgos coinciden con lo mencionado por Ortiz (2020) cuando un trabajador se encuentra bajo la influencia del estrés rinde menos y algunas de las causas son la desmotivación, cansancio o presiones, igualmente, Farias-Macias et al. (2021) el estrés laboral hace que las personas adopten comportamientos que afectan su desempeño diario, disminuyendo gradualmente su eficiencia.

Figura 4

Resultados de la pregunta ¿Qué estrategias utilizas para manejar los conflictos laborales?

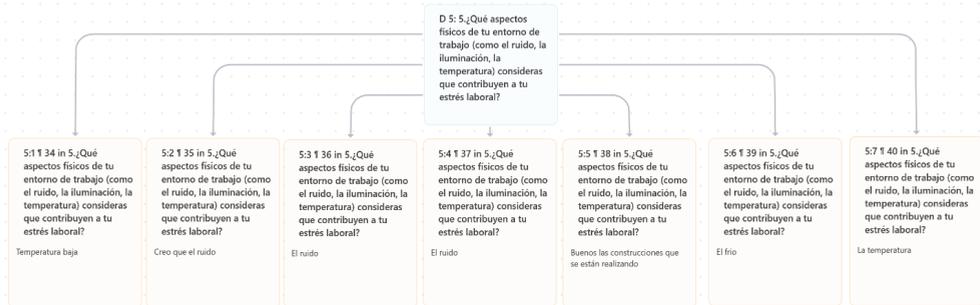


Nota. Se presenta la entrevista sobre la pregunta 4 procesada por ATLAS.ti9.

La figura 4 que corresponde a la subcategoría de estrés por conflictos laborales, en la pregunta se puede observar las estrategias que suelen utilizar el personal de la UNAAT para poder manejar los conflictos laborales; las respuestas más comunes fueron la comunicación abierta, la escucha activa y dar las posibles alternativas de solución. Estos hallazgos coinciden con los de Suárez et al. (2020) existen diferentes estrategias como la comunicación proactiva y la resolución colaborativa estrategias para generar un ambiente seguro y activo, igualmente, Ramírez (2023) menciona que la implementación de estrategias reduce la probabilidad de que los empleados experimenten estrés, lo que beneficia tanto a la empresa como a sus empleados.

Figura 5

Resultados de la pregunta ¿Qué aspectos físicos de tu entorno de trabajo (como el ruido, la iluminación, la temperatura) consideras que contribuyen a tu estrés laboral?

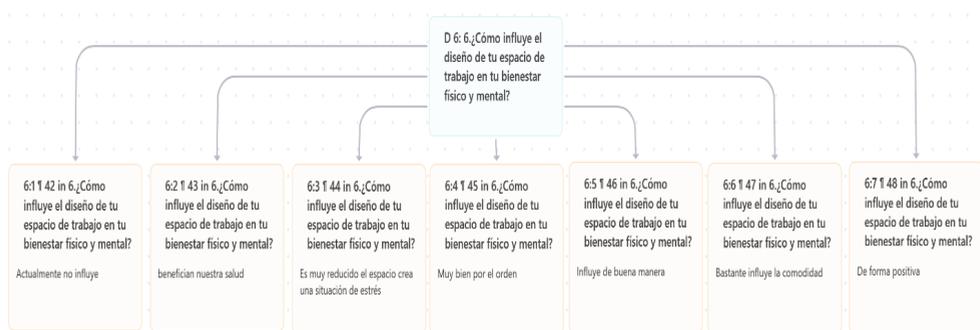


Nota. Se presenta la entrevista sobre la pregunta 5 procesada por ATLAS.ti9.

La figura 5 que corresponde a la subcategoría de estrés por el entorno laboral, permite observar que aspectos físicos influyen a la generación de estrés laboral del personal de la UNAAT, las respuestas más destacadas son el ruido y la temperatura. Estos hallazgos coinciden con lo mencionado por Cortés et al. (2020) los factores estresantes más comunes son las vinculadas con el entorno físico, como el ruido, la temperatura, falta de iluminación, etc. Esto puede minimizar la productividad del individuo, de la misma forma, Muñoz y Sanchez (2022) Dado que son parte del entorno de trabajo, los factores ambientales como la iluminación, la temperatura y el ruido causan estrés laboral.

Figura 6

Resultados de la pregunta ¿Cómo influye el diseño de tu espacio de trabajo en tu bienestar físico y mental?

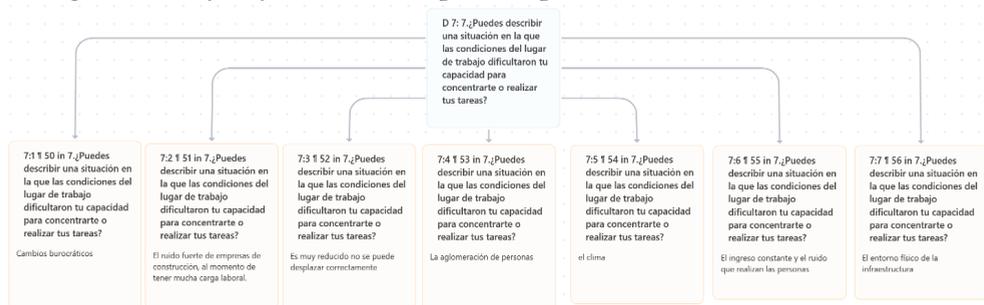


Nota. Se presenta la entrevista sobre la pregunta 6 procesada por ATLAS.ti9.

La figura 6 que corresponde a la subcategoría de estrés por el entorno laboral, en la pregunta se puede observar cómo influye el diseño del espacio de trabajo en el bienestar físico y mental en el personal de la UNAAT, las respuestas varían entre sí, ya que algunos consideran que influye de manera positiva y otros que no influye en nada. Estos hallazgos coinciden con el de Buitrago-Orjuela et al. (2021) el espacio y el diseño influyen en la salud y bienestar, un diseño inconsciente puede generar incomodidad y estrés, asimismo, Cortés Hernández et al. (2020) menciona que un entorno laboral incómodo, caracterizado por una falta de espacio y condiciones de higiene inadecuadas, es uno de los factores estresantes que tienen un impacto directo en la salud y el bienestar de los trabajadores.

Figura 7

Resultados de la pregunta ¿Puedes describir una situación en la que las condiciones del lugar de trabajo dificultaron tu capacidad para concentrarte o realizar tus tareas?

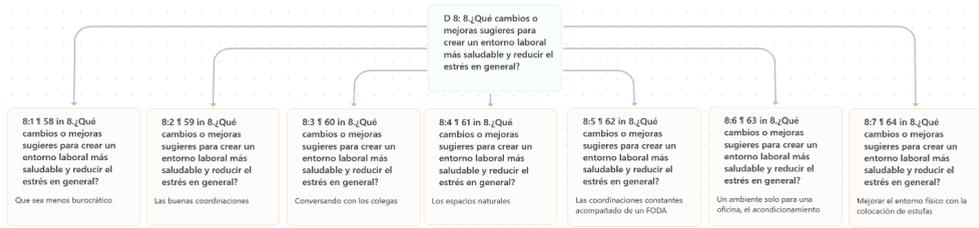


Nota. Se presenta la entrevista sobre la pregunta 7 procesada por ATLAS.ti9.

La figura 7 que corresponde a la subcategoría de estrés por el entorno laboral, permite observar las diferentes perspectivas del personal de la UNAAT frente a las situaciones del lugar de trabajo que dificultaron su capacidad de concentrarse o realizar sus tareas, las respuestas van desde el ruido, el clima, los espacios reducidos, la aglomeración de personas y los cambios burocráticos. Estos hallazgos coinciden con lo mencionado por Ramírez (2023) algunos desencadenantes de estrés laboral son: el ambiente de trabajo, las demandas del propio trabajo, las características de las tareas del mismo trabajo y las nuevas tecnologías, de la misma forma, Soriano (2021) menciona que el estrés laboral es un proceso complejo y multifacético que puede ser causado por una variedad de factores, donde están incluidas la sobrecarga de trabajo, restricciones financieras, horarios inadecuados, entre otros.

Figura 8

Resultados de la pregunta ¿Qué cambios o mejoras sugieres para crear un entorno laboral más saludable y reducir el estrés en general?



Nota. Se presenta la entrevista sobre la pregunta 8 procesada por ATLAS.ti9.

La figura 8 que corresponde a la subcategoría de estrés por el entorno laboral, permite observar las diferentes perspectivas del personal de la UNAAT respecto a los cambios o mejoras necesarios para crear un ambiente saludable y reducir el estrés, las respuestas destacan la creación de espacios naturales, mejorar el entorno físico, menos burocracia y el diálogo y coordinaciones entre colegas. Estos hallazgos permiten comprender lo mencionado por Flores-Meza et al. (2021) para crear un entorno de trabajo ideal y saludable que beneficie a todos los miembros de la organización, es fundamental comprender la situación de la organización y de los empleados, asimismo, Amaya et al. (2021) menciona que es fundamental brindar a los empleados espacios y momentos dedicados a su bienestar físico, social y mental para que puedan liberar sus preocupaciones y reducir el estrés.

CONCLUSIONES

El estrés laboral se ha convertido en un tema de gran importancia hoy en día, afectando tanto en la vida cotidiana como la profesional. Este es una respuesta natural a ciertas situaciones y es importante comprender que el estrés se manifiesta de manera diferente en cada persona, con síntomas que no desaparecen fácilmente. El estrés laboral se presenta cuando un individuo no es muy resiliente, lo que puede influenciar en su salud y bienestar. Las causas comunes incluyen demasiada carga laboral, la falta de apoyo, conflictos laborales o condiciones del entorno laboral (temperaturas o infraestructura). Es importante señalar que si un individuo sufre de estrés laboral su productividad se verá afectada, aumentando la probabilidad de que este cometa errores, por lo tanto, es esencial que cada organización y/o institución implementen estrategias para disminuir o eliminar situaciones de estrés para asegurar la salud y bienestar de sus empleados.

Los conflictos laborales tienen un impacto significativo en el estrés y el desempeño de los empleados, creando un entorno tenso y disminuyendo la productividad. En particular, el personal de la UNAAT suele tener reacciones negativas frente a situaciones de desacuerdos o malentendidos, que generalmente son provocados por la mala comunicación, problemas relacionados al horario y la sobrecarga laboral. Aunque algunos empleados se ven más afectados que otros en términos de desempeño, la desmotivación es una consecuencia en común. Sin embargo, el personal de la universidad pública entiende y reconoce la importancia de la comunicación abierta, la escucha activa y el de proponer soluciones.

El ambiente de trabajo juega un papel primordial ya que influye directamente en la generación de estrés, lo cual puede ocasionar una disminución en el desempeño laboral de cualquier trabajador. En la UNAAT los aspectos físicos como el ruido y la temperatura afectan al personal, y el efecto del espacio de trabajo varía entre individuos. Algunos desencadenantes de estrés identificados por el personal incluyen el clima, las aglomeraciones, los espacios reducidos y los cambios burocráticos. Para reducir el estrés, el personal sugiere la creación de espacios naturales, la mejora del entorno físico, la reducción de la burocracia y un mejor diálogo entre colegas.

REFERENCIAS

- Amaya Cardozo, I. M., Manchego Morales, M. L., Otálora Soto, H. Y., y Ramírez Ayala, N. (2021). El Estrés Laboral y su Influencia en el Desempeño Organizacional. *POLIANTEA*, 16(28), 8–12. <https://revistas.poligran.edu.co/index.php/poliantea/article/view/2326>
- Buitrago-Orjuela, L. A., Barrera-Verdugo, M. A., Plazas-Serrano, L. Y., y Chaparro-Penagos, C. (2021). Estrés laboral: una revisión de las principales causas consecuencias y estrategias de prevención. *Revista Investigación En Salud Universidad de Boyacá*, 8(2), 131–146. <https://doi.org/10.24267/23897325.553>
- Cardi, F. (2022). Estrés laboral y factores de riesgo psicosociale. *International Journal of Science Review*, 4(2), 289–296. <http://influence-journal.com/index.php/influence/article/view/68>
- Condori Mamani, V. H., y Cari Condori, D. Y. (2022). LA INTELIGENCIA EMOCIONAL Y EL ESTRÉS LABORAL EN DOCENTES UNIVERSITARIOS. *Revista Conrado*, 18(1), 139–146. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2328>
- Cortés Hernández, P., Bedolla Cortes, M., y Pecina Rivas, E. M. (2020). EL ESTRÉS LABORAL Y SUS DIMENSIONES A NIVEL INDIVIDUAL Y ORGANIZACIONAL. *Revista de Investigación Latinoamericana En Competitividad Organizacional RILCO*, 7, 1–8. <https://www.eumed.net/rev/rilco/07/estres-laboral.html>

- Dolores Ruiz, E., Salazar Gómez, J. F., Valdivia Rivera, M. de J., Hernández Cárdenas, M., y Huerta Mora, I. R. (2023). Estrés laboral en relación con el desempeño laboral: un caso de estudio. *RAN. Revistas Academia y Negocios*, 9(2), 169–182. <https://doi.org/10.29393/ran9-13elei50013>
- Espinoza-Ruiz, A., Molina-Cruz, V., y Olvera-Rojas, E. (2023). El efecto del estrés en el desempeño de los colaboradores. *TEPEXI Boletín Científico de La Escuela Superior Tépéji Del Río*, 10(19), 28–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.29057/estr.v10i19.9745>
- Farias-Macias, Á. A., Macias-Moreira, M. E., Zambrano-Cedeño, L. A., y Gómez-Bravo, N. V. (2021). El Ambiente de Trabajo y su Influencia en la Satisfacción Laboral como Prevención del Estrés en los Empleados. *Revista Científica Dominio de Las Ciencias*, 7(4), 586–601. <https://doi.org/10.23857/dc.v7i4.2439>
- Flores-Meza, G., Cuaya-Itzcoatl, I. G., y Rojas-Solís, J. L. (2021). Estrés laboral en el contexto universitario: Una revisión sistemática. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.*, 8, 1–21. <https://www.scielo.org.mx/pdf/dilemas/v9nsp1/2007-7890-dilemas-9-spe1-00008.pdf>
- Izquierdo Cepeda, V. N., y Paraza Asencio, G. J. (2024). *DESARROLLO DE ESTRATEGIAS PARA EL CONTROL DEL ESTRÉS LABORAL EN LA EMPRESA JPSCORP EN EL PERIODO 2023* [Licenciatura, Universidad Politécnica Salesiana Ecuador]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/27805/1/UPS-GT005286.pdf>
- Muñoz Díaz, J. N., y Sanchez Urgiles, G. J. (2022). *Inteligencia emocional y estrés laboral en docentes universitarios. Riobamba, 2022* [Titulación, Universidad Nacional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/10115>
- Ortiz Guzmán, A. (2020). El estrés laboral: Origen, consecuencias y cómo combatirlo. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 15(3), 1–19. [http://www.spen-tamexico.org/v15-n3/A8.15\(3\)1-19.pdf](http://www.spen-tamexico.org/v15-n3/A8.15(3)1-19.pdf)
- Quilca Ramirez, L. G. (2023). *Estrés laboral y conflictos laborales en trabajadores administrativos de una institución pública, Huanta, Ayacucho, 2023* [Maestría, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/122497>
- Rabanal-León, H. C., Yupari-Azabache, I. L., Aguilar-Chávez, P. V., y Yuncor, N. R. C. (2021). Estrés laboral y desempeño en docentes de Instituciones Educativas Públicas. *South Florida Journal of Development*, 2(1), 610–622. <https://doi.org/10.46932/sfjdv2n1-044>
- Ramírez Ospina, R. A. (2023). *Análisis de causas y consecuencias del estrés y su influencia en el ámbito laboral* [Maestría, Universidad Nacional Abierta y A Distancia]. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/58411>
- Rodríguez López, V. E., Carreño Villavicencio, D. V., Quijije Anchundía, P. J., y Aria Arias, A. E. (2023). Estrés, ansiedad y desempeño laboral en docentes universitarios. *South Florida Journal of Development*, 4(8), 3047–3062. <https://doi.org/10.46932/sfjdv4n8-009>

- Rojas-Gutiérrez, W. J. (2022). LA RELEVANCIA DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA. *Revista Studium Veritatis*, 20(26), 79–97. <https://doi.org/https://doi.org/10.35626/sv.26.2022.353>
- Rojas-Solís, J. L., Flores-Meza, G., y Cuaya-Itzcoatl, I. G. (2020). Principales aspectos metodológicos en el estudio del estrés laboral en personal universitario: Una revisión sistemática. *Revista Digital de Investigación En Docencia Universitaria*, 15(1), 1–16. <https://doi.org/10.19083/ridu.2021.1248>
- Soriano Tumbaco, C. E. (2021). El estrés laboral y su incidencia en el desempeño del personal administrativo. *Revista Killkana Sociales*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.26871/killkanasocial.v5i1.735>
- Suárez Duarte, R. J., Campos Sequeira, L. Y., Villanueva, J. D. S., y Mendoza Castro, C. (2020). Estrés laboral y su relación con las condiciones de trabajo. *Revista Electrónica de Conocimientos, Saberes y Prácticas*, 3(1), 104–119. <https://doi.org/10.5377/recsp.v3i1.9794>

CAPITULO II

EL ROL DE LA TECNOLOGÍA EN LA ADMINISTRACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES)

Angela Agustina Alanya-Flores

 Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, Perú

 0009-0000-0013-8163

 74764945@unaat.edu.pe

En el Perú y en los diferentes países, actualmente el uso de la tecnología en la administración es muy útil y juega un papel importante en los diferentes sectores económico por ello se ha convertido en una herramienta fundamental en el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, generando un acto positivo debido a que gestionan sus operaciones, interactúan con los clientes y compiten en el mercado (Estrada et al., 2017). Asimismo, se convierte en un arma potencial para todas las empresas que consideran la innovación y el uso de tecnologías punteras como instrumentos vitales para los procesos empresariales; porque en un mundo globalizado, dinámico y cambiante, las empresas y organizaciones deben ser ágiles y eficientes en la utilización de sus recursos (Bedoya et al., 2017)

En las últimas décadas, el desarrollo de la tecnología y las infraestructuras digitales ha creado nuevas perspectivas, aparentemente sin precedentes, de prosperidad e innovación a largo plazo. Los mercados están más interconectados, los productos y servicios digitales se han extendido por todo el mundo y las innovaciones digitales han contribuido a aumentar la productividad y la competitividad (International Labour Organization. et al., 2021). La relación que existe entre la tecnología y la administración es inversamente proporcional ya que no tener en cuenta puede

traer ineficiencias operativas, limitaciones en el crecimiento, la cual sabemos que es fundamental para las empresas porque permite optimizar procesos, mejorar la productividad, tener acceso a diferentes mercados y clientes (Vasquez, 2021).

Muñoz (2017) define a las TICS como una variedad de instrumentos tecnológicos utilizados para el procesamiento, almacenamiento y transmisión de información que se manifiesta en las tres formas que son reconocidas como texto, imágenes y audio. Por otro lado Galarza y Pérez (2021) dice “Las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) son una de las herramientas más importantes en el desempeño y expansión de las empresas en los últimos años” y Díaz y Gavilan (2020) menciona que hoy en día, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son instrumentos de uso común en los ámbitos personal y profesional, que facilitan diversas actividades encaminadas a la mejora del personal y las empresas.

La variable de tecnología y la administración de PYMES se ve reflejado en las investigaciones de Díaz (2022) donde analiza la influencia de las nuevas tecnologías en los procesos de negociación de las empresas en la Provincia Constitucional del Callao, Perú, Portuguez y Gamboa (2019) en Tacna, Perú identificaron cuales son los factores para adoptar las TICS en el desarrollo de pymes en el parque industrial de VES.

La importancia de la investigación es brindar información acerca de cómo influye el uso de las tecnologías en la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES), ver la importancia y el gran impacto de estas. Asimismo, mediante esta investigación llevada a cabo por medio de una revisión, es proveer alcances para investigaciones futuras.

Por todas las razones ya mencionadas surgió el siguiente problema de investigación ¿Cómo influye la tecnología en la administración de las PYMES? nuestro objetivo es dar a conocer la relación que existe entre la tecnología y la administración, en el Perú y otros países.

El tipo de investigación al que corresponde el artículo es cualitativo porque esta aplicado a partir de conocimientos teóricos donde se podrá analizar el rol de la tecnología en la administración de las PYMES. Asimismo (Guerrero, 2016) sostienen que la investigación cualitativa es la más usada es las ciencias sociales, donde es considerado un proceso metodológico que cuenta como herramienta a datos cualitativos como las palabras, textos, discurso y gráfico que busca entender un conjunto de cualidades que si se relaciona llega a producir un fenómeno determinado.

El nivel de investigación que se abordó fue el nivel explicativo, el objetivo es explicar acerca de lo que ya describieron y a partir de eso resolver nuestro problema qué es cómo influye la tecnología en la administración. (Ramos, 2020) este nivel de investigación busca una explicación y la determinación de los fenómenos. En el estudio cualitativo, se ofrecen diseños basados en el análisis lingüístico para desarrollar un paradigma codificado, que simboliza la construcción de la realidad obtenida a través del contacto subjetivo con los participantes.

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) están generando notables transformaciones en los diferentes sectores industriales a través de internet, redes de alta velocidad, bases de datos, comercio electrónico y otras innovaciones tecnológicas. Estas herramientas están derribando las barreras tradicionales y modificando la forma en que se llevan a cabo las actividades comerciales (Flores et al., 2019). En tal sentido después de la revisión bibliográfica minuciosa de tesis y artículos en esta sección se analizó cómo influye la tecnología en la administración en las micro, pequeña y mediana empresas, así como su importancia y aplicación.

MICROEMPRESAS

La integración de tecnología en las microempresas ha resultado ser esencial para aumentar la eficiencia operativa y la competitividad en el mercado. Aguirre (2017) indica que las herramientas digitales, como los sistemas de gestión empresarial y el software de contabilidad, permiten a las microempresas optimizar sus procesos administrativos, disminuyendo el tiempo y los costos asociados con tareas rutinarias. Asimismo, Ordoñez et al. (2022) resaltan que el uso de plataformas de comercio electrónico abre nuevas oportunidades de mercado, permitiendo a estas pequeñas empresas llegar a una audiencia más amplia sin necesidad de una inversión considerable en infraestructura física.

De igual forma, estudios recientes han demostrado que la adopción de tecnologías de comunicación, como las redes sociales y las aplicaciones de mensajería, facilita una interacción más directa y efectiva con los clientes, lo que se traduce en un mejor servicio al cliente y una mayor fidelización. En conclusión, los autores mencionados concuerdan que la tecnología no solo mejora la operatividad interna de las microempresas, sino que también expande sus posibilidades de crecimiento y sostenibilidad en un entorno competitivo.

En el Perú y en diferentes países es frecuente encontrar microempresas que nacen de la iniciativa de personas con habilidades técnicas para fabricar productos, pero que carecen de conocimientos sobre la tecnología en tácticas administrativas. En tal sentido en su investigación Demuner (2021) evidencia que, a raíz de la pandemia, 3 de cada 10 microempresarios iniciaron o incrementaron el uso de la tecnología, específicamente de las redes sociales. En primer lugar, se utilizaron para establecer una presencia digital que les permitiera compartir información valiosa sobre su empresa y sus productos, publicitar sus productos o servicios, atraer clientes y generar posibles compras. Además, aprovecharon la información de los perfiles de los usuarios y sus relaciones; de esta manera, si un anuncio llegaba a un miembro de una red que lo encontraba interesante, lo compartía con sus contactos, provocando una distribución viral. Esto nos quiere decir que las microempresas reconocen que tener una presencia digital es una necesidad en la actualidad.

La importancia de las diversas redes sociales y tecnología de comunicación nace en las micro empresas ya que el cliente y/o consumidor está haciendo uso cada vez más las tecnologías en sus hábitos de compra por lo cual las micro empresas deben adaptarse para obtener nuevos niveles de eficiencia y rentabilidad. Según Romero y Sánchez (2023) las microempresas que hacen un uso activo de las redes sociales ven un aumento significativo en su visibilidad y ventas. Esto se debe a que estas plataformas permiten una comunicación bidireccional y la obtención de retroalimentación en tiempo real, lo cual es fundamental para adaptarse rápidamente a las necesidades y preferencias del mercado. Estas plataformas representan una opción de marketing económica y eficaz en las micro empresas, posibilitando a las microempresas la promoción de sus productos y servicios mediante contenido atractivo y pertinente.

PEQUEÑAS EMPRESAS

La incorporación de plataformas de comercio electrónico y estrategias de marketing digital amplía las oportunidades de mercado para las pequeñas empresas, permitiéndoles competir en igualdad de condiciones con compañías más grandes. No obstante, también subraya que el éxito de esta transición tecnológica está estrechamente ligado a la formación del personal y a la continua inversión en innovación. La habilidad para adaptarse rápidamente a los cambios tecnológicos y para integrar estas novedades en sus modelos de negocio se vuelve fundamental para que las pequeñas empresas puedan sobresalir en un entorno económico cada vez más digital y competitivo (Santiago, 2019).

Obregón (2019) En su investigación demuestra que las tecnologías de información y comunicación han facilitado innovaciones que ponen los servicios financieros, como la banca móvil, al alcance de los pequeños productores. Estos servicios financieros se adaptan a las necesidades de los agricultores, siendo las TIC un componente crucial para mejorar la participación de los pequeños productores. Asimismo, deja claro que, con la simplificación y la disminución de los costos tecnológicos, los servicios que antes solo estaban disponibles para las grandes empresas se han extendido gradualmente a pequeñas empresas. Aunque también se produjeron fracasos en las estrategias de las grandes corporaciones, especialmente durante el auge de Internet en la década de 1990, estos errores fueron rápidamente asimilados y las lecciones aprendidas se integraron en prácticas mejoradas.

Salazar y Romero (2007) Menciona que, en el contexto actual de desarrollo, globalización y tecnología, muchas organizaciones empresariales venezolanas están formadas por pequeñas empresas familiares o negocios surgidos de oportunidades circunstanciales. La mayoría de estas empresas cuentan con un capital de inversión limitado y carecen de información y conocimientos suficientes sobre el alcance de sus operaciones. Frecuentemente, los propietarios-gerentes de pequeñas empresas, debido a su conexión personal con el negocio por ser el dueño, suelen tomar decisiones sesgadas. Este apego emocional puede llevarlos a pasar por alto los beneficios y el apoyo que ofrecen los avances tecnológicos y las innovaciones para la organización.

Entonces en las pequeñas empresas de nuestro país y a nivel internacional, el empleo de la tecnología en pequeñas empresas incluye una gama de herramientas esenciales para mejorar su funcionamiento, como las plataformas de comercio electrónico y las herramientas de marketing digital. Por ejemplo, la adopción de un CRM como Salesforce ha permitido a muchas pequeñas empresas mejorar notablemente su capacidad para rastrear y analizar datos de clientes, optimizar sus campañas de marketing y, en última instancia, incrementar sus ventas. Este caso demuestra cómo las soluciones tecnológicas pueden transformar la operatividad de las pequeñas empresas, proporcionando mayor agilidad y capacidad de respuesta en un entorno empresarial cada vez más digitalizado (Zegarra, 2022)

MEDIANA EMPRESA

El uso de las diversas tecnologías, hoy en día tiene gran impacto en las estructuras empresariales y esto se ve reflejado en medianas empresas de nuestro país. Chavez

(2023) en su investigación cita a León (2018) que sostiene y dice que, en la actualidad, el mercado de herramientas relacionadas con las TIC está en expansión, y los precios han disminuido, lo que ha reducido las barreras de entrada. Esto ha motivado a las organizaciones a adoptar estas tecnologías para atraer nuevos clientes, desarrollar nuevos productos y alcanzar otros objetivos. El autor destaca que las TICS facilitan la diversificación de las medianas empresas al influir en sus procesos organizativos. En conclusión, señala que las TICS permiten optimizar operaciones, mejorar la eficiencia, reducir costos, automatizar tareas repetitivas, mejorar la comunicación y gestionar datos eficientemente, lo que contribuye a una toma de decisiones más rápida e informada.

Castillo (2016) Se concentra en la administración de las medianas empresas que es la principal fuente en generar empleo, dentro de ese campo podemos encontrar una muy diversa gama de apps. Las medianas empresas tienen la posibilidad y en este caso utilizan las TICS para hacer mejor el mercadeo de nuestros productos por diferentes redes sociales, tener canales de comunicación con los clientes, se puede entrar a la página de proveedores y realizar los pedidos de sus productos pagando por medio del internet y tener en orden la facturación, de manera que se tenga al día el flujo de ingresos y egresos.

Tal cual como lo autores lo van mencionando, el uso de las TICS se encuentra en todas las áreas funcionales que conforma la empresa, si bien es cierto la empresas que poseen con ingresos superiores tienen la ventaja de emplear tecnología muchas más avanzadas y costosas las cuales son mencionadas por el autor Muñoz (2017) comenta sobre 3 que son: (business intelligence – BI) que sirve para la toma de decisiones, (Business Process Management) un software especializado y orientado para estas tareas como el gestor de procesos y (Enterprise Resource Planning) un sistema global de planificación y gestión de recursos empresariales que integra a todas las áreas que permite realizar las actividades y funciones principales, desde la producción a la distribución y desde la contabilidad a la logística.

Finalmente, en el contexto de las medianas empresas, se evidencia una amplia adopción de diversas tecnologías para aumentar la eficiencia operativa y la competitividad. Según Mantilla et al. (2016) los sistemas de gestión empresarial (ERP, por sus siglas en inglés) son especialmente prevalentes en este sector. Estos sistemas unifican múltiples funciones de la empresa, como finanzas, recursos humanos y logística, en una sola plataforma, lo que facilita la toma de decisiones informadas y mejora la optimización de los procesos internos.

DISCUSIÓN Y REFLEXIONES

Ramos et al. (2020) los principales aspectos relacionados con la adopción y aplicación de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) incluyen en el tamaño de la empresa, su capacidad financiera, los factores externos y el nivel de conocimiento sobre TIC por parte de los directivos. Esta información es crucial para poder elegir las herramientas tecnológicas más apropiadas según las capacidades de la empresa, lo que permite realizar inversiones adecuadas y aprovechar al máximo los beneficios que estas ofrecen.

Por otro lado, el autor Estébanez et al. (2020) muestra otro aspecto crucial que es la capacidad financiera de las micro y pequeñas empresas. La adquisición de productos tecnológicos que se adapten a las necesidades de la empresa puede ser costosa, ya que implica ajustes o mejoras en la infraestructura, capacitación del personal y la adquisición de equipos tecnológicos, especialmente en lo que respecta al hardware necesario para su funcionamiento.

Otro factor relevante es el nivel de conocimiento que tienen los directivos acerca de las herramientas tecnológicas. En otras palabras, durante la investigación se identificaron problemas como la resistencia al cambio por parte de los empresarios, la mayoría de los cuales ocupan roles de gerencia y toma de decisiones en las empresas pequeñas y se sienten cómodos con un enfoque de gestión más tradicional (Marulanda y López, 2013).

En la investigación de Alderete (2011) resalta que el impacto positivo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la competitividad de las micro y pequeñas empresas (PYMES) radica en su capacidad para generar ventajas competitivas. Esto se traduce en un aumento de las ventas, la penetración en nuevos mercados, una mayor visibilidad de la marca, mejoras en las relaciones con clientes y proveedores, optimización de procesos empresariales, modernización del modelo de negocio y la posibilidad de implementar nuevas estrategias mediante el uso de herramientas tecnológicas.

Perozo y Nava (2005) en su investigación resalta dos aspectos fundamentales, la primera que la gestión tecnológica genera valor para las empresas al mejorar la eficiencia tanto interna como externa de sus operaciones. Aquellas empresas que no adopten estas tecnologías enfrentarán mayores costos y, por lo tanto, quedarán en desventaja competitiva. La segunda es que las empresas no pueden depender exclusivamente de estas aplicaciones para mantener ventajas competitivas, ya

que la mayoría de estas tecnologías están ampliamente disponibles para todas las empresas competidoras en diversos mercados.

Las empresas se enfrentan a desafíos en un mercado muy competitivo, donde la tecnología puede ayudar a modernizar y agilizar sus operaciones, aumentando así su competitividad. La rapidez con la que se obtiene información mediante aplicaciones tecnológicas permite a las empresas mejorar sus servicios y calidad. Además, las diversas aplicaciones en línea facilitan la conexión con clientes y proveedores. El uso de tecnología dentro de la empresa genera cambios y mejoras, fortaleciéndola y contribuyendo a su éxito, buen rendimiento y supervivencia (Biviano et al., 2018).

CONCLUSIONES

En conclusión, el crecimiento del mercado de herramientas TIC y la reducción de sus costos están generando un cambio significativo en el panorama empresarial. Las empresas, independientemente de su tamaño, están mejor posicionadas para aprovechar estas tecnologías, lo que les permite no solo mejorar sus operaciones internas, sino también explorar nuevas oportunidades de negocio y mantenerse competitivas en un mercado global en constante evolución.

Las herramientas TIC, como las plataformas de comercio electrónico, las redes sociales y la banca móvil, permiten a las PYMES ampliar sus mercados, interactuar de manera más efectiva con los clientes y mejorar la eficiencia operativa. Estas tecnologías no solo ayudan a automatizar tareas rutinarias, como la contabilidad y la facturación, sino que también proporcionan a las empresas la capacidad de recopilar y analizar datos, lo que es crucial para la toma de decisiones estratégicas.

La adopción adecuada de las TIC puede mejorar significativamente la competitividad y sostenibilidad de las PYMES, permitiéndoles disputar en igualdad de condiciones con empresas más grandes y adaptarse mejor a las demandas del mercado moderno. Por ello recomiendo promover la formación y la alfabetización digital del personal de las PYMES. Es esencial que los dueños y empleados estén al tanto del uso de herramientas y aplicaciones tecnológicas para maximizar su utilidad en la gestión empresarial.

Se recomienda promover la formación y la alfabetización digital del personal de las PYMES. Es esencial que los dueños y empleados estén al tanto del uso de herramientas y aplicaciones tecnológicas para maximizar su utilidad en la gestión empresarial.

REFERENCIAS

- Aguirre, J. (2017). *Influencias de las Tics en el beneficio de las mypes del sector culinario de la ciudad de tingo maria* [Universidad Nacional Herminio Valdizán]. <https://hdl.handle.net/20.500.13080/2899>
- Alderete, M. V. (2011). *El rol de las TIC en la competitividad de las PyME*.
- Bedoya, P., Miranda, V., & Quispe, E. (2017). *Análisis y propuesta de mejora de tic en la gestión empresarial de las mypes de tacna (distrito) – 2017*. Instituto de educación superior tecnologico privado john von neumann.
- Biviano, E., Sosa, E., Gancia, A., & Martínez, R. (2018). Nivel de aplicación de las Tic's en la administración financiera de las Mype's en el municipio de San Pedro Cholula, Puebla. *RELAYN* 2, 3.
- Castillo, L. (2016). *Uso de la tecnología de la información y comunicación para el desarrollo de las Mypes, en la región lima*. Universidad Privada Telesup.
- Chavez, K. (2023). *Uso de las tics y la competitividad empresarial en las mypes del sector textil del distrito de los olivos, en época de pandemia, año 2020*. Universidad Privada del Norte.
- Demuner, M. del R. (2021). Uso de redes sociales en microempresas ante efectos COVID-19. *Revista de Comunicación de La SEECI*, 54, 97–118. <https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e660>
- Diaz, D. (2022). *Influencia de las nuevas tecnologías en la negociacion de empresas del sector logistico en la provincia constitucional del Callao-Peru*. Universidad de Lima.
- Diaz, J., & Gavilan, A. (2020). Incidencia del Uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) en la Competitividad Empresarial de Micro y Pequeñas Empresas (Mypes): Una Revisión a la Literatura [Universidad Tecnológica del Perú]. In 2020. file:///D:/Articulo/Jhon%20Diaz_Alex%20Gavilan_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2020.pdf
- Estébanez, R. P., Ríos-Manríquez, M., Colomina, C. I. M., & Espada, M. C. (2020). What factors, internal and external, determine the level of e-readiness? Analysis of spanish SMEs. *International Journal of Professional Business Review*, 5(1), 72–85. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2020.v5i1.182>
- Estrada, S., Cano, K., & Aguirre, J. (2017). *La gestión tecnológica en pymes: diferencias entre micro, pequeñas y medianas empresas*.
- Flores, M. C., García, T., Daniel, L., Olivera, A., Marisa, G., Tirado, P., Gutiérrez, R., Fanny, T., Rivero, S., José, A., & Domingo, M. M. (2019). *Innovación tecnológica en las pymes 2* (RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C, Ed.; 1st ed.). www.redibai.org
- Galarza, J., & Perez, J. (2021). *Influencia de las TIC en las ventas de las MYPES del sector construcción de Huancaayo, 2019*. Universidad Nacional de los Andes.
- Guerrero, M. (2016). La Investigación Cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1(2), 1–9.
- International Labour Organization., International Organisation of Employers., & Konrad-Adenauer-Stiftung. (2021). *Small goes digital : how digitalization can bring about productive growth for micro and small enterprises*. ILO.
- Mantilla, L., Ruiz, M., Mayorga, C., & Vilcacundo, A. (2016). La innovación tecnológica de las pymes manufactureras del Cantón ambato. Ecuador. *Revista Científica Hermes*, 17, 3–17.

- Marulanda, C., & López, M. (2013). *La gestión del conocimiento en las PYMES de Colombia Knowledge Management in Colombian SMEs La gestion de la connaissance dans les PME de la Colombie*. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194225730012>
- Muñoz, M. (2017). *Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y la participación en el mercado internacional de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector textil y confecciones de Lima Metropolitana - año 2016* [Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/10359>
- Muñoz, M. (2017). *Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y la participación en el mercado internacional de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector textil y confecciones de Lima Metropolitana – año 2016*. Universidad Nacional Mayor de Sn Marcos.
- Obregon, N. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad con el uso de la tecnología de información y comunicación en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de insumos agrícolas, avenida José Galvez, distrito de Chimbote, 2016*. Universidad Católica los Ángeles Chimbote.
- Ordoñez, M., Sandoval, M., & Neme, S. (2022). El comercio electrónico y las micro, pequeñas y medianas empresas: Un estudio en época de pandemia. *Revista de Investigaciones Universidad Del Quindío*, 34(2), 238–244. <https://doi.org/10.33975/riuiq.vol34n2.976>
- Perozo, E., & Nava, A. (2005, December). El impacto de la gestión tecnológica en el contexto empresarial. *Revista Venezolana de Ciencias Sociales*, 9(2), 488–504. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30990214>
- Portuguez, P., & Gamboa, C. (2019). *Identificación de los factores principales para la adopción de tecnologías de información y comunicación en el desarrollo y organización de las PYMES del Parque Industrial de VES* [Universidad de Ciencias Aplicadas]. <https://doi.org/0000-0002-8203-0777>, 0000-0003-1133-9803
- Ramos, C. (2020). Alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1–6. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Ramos, N., Fernández, A., & Almodóvar, M. (2020). *El impacto de las TIC en el rendimiento de la Pyme: estado actual de la cuestión*. 41(25), 2020. <https://www.revistaespacios.com>
- Romero, Y., & Sánchez, P. (2023). *Impacto del marketing digital en las micro y pequeñas empresas*.
- Salazar, D., & Romero, G. (2007). Tecnología aplicada en las pequeñas empresas venezolanas. *Revista de Ciencias Sociales*, 3, 507–517.
- Santiago, T. (2019). *Aplicación del internet en las mypes de la provincia de Huánuco-2016* [Universidad Nacional Herminio Valdizán]. <https://hdl.handle.net/20.500.13080/8936>
- Vasquez Reyes, E. F. (2021). Factores críticos para la adopción de las TIC en micro y pequeñas empresas industriales. *Industrial Data*, 24(2), 273–292. <https://doi.org/10.15381/idata.v24i2.20736>
- Zegarra, F. (2022). *Las TIC en el desarrollo empresarial de las MYPES del rubro textil del emporio comercial de Gamarra, Lima-Perú, 2022*. [Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/101145>

CAPITULO III

LOGÍSTICA INTEGRAL: SU PAPEL EN EL DESEMPEÑO DE LAS PYMES DE AGREGADOS Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

Renzo Jhojhan Guadalupe-Pérez

 Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, Perú

 0009-0008-3641-8499

 72102660@unaat.edu.pe

En el competitivo y dinámico sector de agregados y materiales de edificación, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) enfrentan una serie de desafíos operativos que pueden afectar su eficiencia y rentabilidad. La logística integral se presenta como una solución estratégica para abordar estos desafíos, ofreciendo un enfoque holístico que abarca la gestión eficiente de inventarios, la optimización del transporte y la distribución, y la integración de la cadena de suministro. Este enfoque permite a las PYMES mejorar sus procesos internos, reducir costos operativos y aumentar su capacidad de respuesta a las demandas del mercado, lo cual es esencial para mantenerse competitivas en un entorno globalizado.

Según Panes (2017) las PYMES siempre están en constante competencia, además de tener una gran importancia en la economía, esto es fundamental para la generación de empleo y el impulso del desarrollo económico se tiene que tener prácticas adecuadas de gestión para tener una mayor ventaja competitiva con respecto a otras empresas pequeñas en el rubro de Agregados y Materiales de construcción.

Por otro lado, el concepto de logística que se pudo entender en la investigación de Flores (2021) es la manera de suministrar, los recursos de una empresa esto es crucial en la gestión de la cadena de suministro y abarca una variedad de actividades,

que incluyen transporte, almacenamiento, manejo de inventarios, procesamiento de pedidos, y gestión de la información para así poder hacerle frente a adversidades que vengan en un futuro , Una gestión logística eficaz no solo mejora la eficiencia operativa y reduce costos, sino que también mejora la satisfacción del cliente.

En la investigación de Barrantes (2017) indica que las empresas en el rubro de construcción abarcan cada vez más campo, ya que están contribuyendo al desarrollo del país, estas empresas son cruciales para el desarrollo económico y social, ya que facilitan la creación de infraestructura esencial, fomentan el empleo y contribuyen al crecimiento económico por lo cual manejar una buena gestión de la logística es fundamental para la competitividad, ya que estas le proporcionan una buena solidez al sector de la construcción.

Según Barrantes (2017) la investigación de la gestión de inventarios es un componente crucial de la logística integral, especialmente para las PYMES en el sector de agregados y materiales de edificación. Esto no indica que la investigación de gestión de inventarios es una parte clave de la logística integral que ayuda a asegurar la eficiencia y eficacia en la disponibilidad y uso de materiales esenciales para la construcción.

La capacidad de mantener niveles óptimos de stock y de gestionar eficientemente la entrada y salida de materiales es fundamental para asegurar la continuidad operativa y la satisfacción del cliente. Una gestión de inventarios efectiva no solo reduce los costos asociados al almacenamiento, sino que también minimiza las interrupciones en la cadena de suministro. Esto es particularmente importante en la industria de la construcción, donde la disponibilidad oportuna de materiales puede determinar el éxito o fracaso de un proyecto.

Otro aspecto vital de la logística integral es la optimización de los procesos de transporte y distribución. Para las PYMES del sector de agregados y materiales de edificación, la entrega eficiente de materiales es primordial. La implementación de tecnologías avanzadas, como los sistemas de gestión de almacenes (WMS) y el software de optimización de rutas, permite a las empresas mejorar la planificación y ejecución de sus operaciones logísticas. Esto no solo reduce los costos operativos y mejora los tiempos de entrega, sino que también contribuye a prácticas más sostenibles al minimizar las emisiones de carbono asociadas con el transporte. Además, la integración de la cadena de suministro facilita la colaboración y coordinación entre proveedores y subcontratistas, lo que es esencial para una gestión fluida y efectiva de los materiales necesarios para los proyectos de construcción.

El concepto de implementación pretender realizar cambios en lo que se refiera a la empresa una estrategia o un proyecto para alcanzar los objetivos deseados para que así se pueda generar nuevas formas de agilizar y mejorar procesos tanto logísticos y operativos dentro de la empresa todo esto con el fin de que surjan oportunidades que en un futuro puedan hacer que la empresa sea destacada o sobresaliente ante la competencia (Levano, 2017).

La gestión logística es fundamental para la mejora de las pymes para el cumplimiento de los objetivos y la mantención del margen de competencias frente a otras empresas. La eficiencia de la logística y el uso de buenas técnicas apoyan a tener un concepto claro del diseño y la planeación que se desea obtener. Implementar estrategias logísticas eficientes no solo ayuda a reducir costos y mejorar el servicio al cliente, sino que también aumenta la flexibilidad y adaptabilidad de la empresa en un mercado competitivo. A través de la automatización, colaboración, capacitación y análisis de datos, las PYMES pueden optimizar sus operaciones logísticas y alcanzar un mayor éxito en sus negocios. (Rodríguez, 2019).

La logística se configura como una herramienta estratégica indispensable para las PYMES del sector de agregados y materiales de edificación. Su implementación permite no solo optimizar las operaciones diarias y mejorar la eficiencia operativa, sino también fortalecer la posición competitiva y la sostenibilidad a largo plazo de estas empresas. En un mercado cada vez más exigente, adoptar prácticas logísticas avanzadas y tecnologías innovadoras se convierte en un imperativo para asegurar el crecimiento y el éxito continuado de las PYMES en la industria de la construcción.

La presente investigación no experimental, tiene como concepto el análisis y la revisión de artículos, para analizar la influencia de la logística integral en las PYMES del sector de agregados y materiales de edificación, se ha adoptado una metodología basada en la revisión exhaustiva de la literatura existente y estudios de caso relevantes. La primera fase de la investigación consistió en una búsqueda sistemática de artículos académicos, informes de la industria y publicaciones especializadas que aborden la logística integral, con un enfoque particular en su aplicación a las PYMES y al sector de materiales de construcción. Se utilizaron bases de datos académicas como Scopus, Google Scholar y ScienceDirect para recopilar estudios empíricos y teóricos que proporcionaran una base sólida para el análisis. Los criterios de selección incluyeron la relevancia del contenido, la actualidad de las publicaciones (últimos diez años) y la pertinencia directa al tema de estudio además usar búsqueda avanzada.

La segunda fase de la metodología implicó la identificación y análisis de estudios de caso específicos de PYMES en el sector de agregados y materiales de edificación que han implementado prácticas de logística integral. Se seleccionaron empresas de diferentes regiones y tamaños para asegurar una representación amplia y diversa del sector. Los estudios de caso fueron analizados en profundidad para identificar las prácticas logísticas implementadas, los desafíos enfrentados, y los beneficios obtenidos. Además, se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con gerentes de logística y operaciones de estas empresas para obtener una comprensión más detallada y contextualizada de sus experiencias. Las entrevistas fueron diseñadas para explorar aspectos específicos como la gestión de inventarios, la optimización del transporte, la integración de la cadena de suministro y el impacto general en la eficiencia operativa y competitividad. Finalmente se realizó un análisis comparativo de los datos obtenidos de la revisión de la literatura y los estudios de caso. Este análisis tuvo como objetivo identificar patrones comunes, prácticas exitosas y áreas de mejora en la implementación de la logística integral en las PYMES del sector de agregados y materiales de edificación. Se utilizó un enfoque de triangulación de datos para validar los hallazgos y asegurar la robustez del análisis. Los resultados del análisis comparativo permitieron desarrollar recomendaciones prácticas y estrategias específicas para la adopción efectiva de la logística integral en estas empresas, con el fin de mejorar su eficiencia operativa, reducir costos y aumentar su competitividad en el mercado. Este enfoque metodológico integral proporciona una visión comprehensiva y aplicable de cómo la logística integral puede influir positivamente en las PYMES de este sector.

RESULTADOS

Los resultados de esta investigación revelan que la implementación de la logística integral en las PYMES del sector de agregados y materiales de edificación ha tenido un impacto significativo en la eficiencia operativa y la competitividad de estas empresas. En primer lugar, se observó que la adopción de prácticas avanzadas de gestión de inventarios ha permitido a las PYMES reducir considerablemente los costos asociados al almacenamiento. Las empresas que implementaron sistemas de gestión de almacenes (WMS) lograron optimizar el uso del espacio, mejorar la rotación de inventarios y disminuir las pérdidas por obsolescencia. Esta mejora en la gestión de inventarios se tradujo en una mayor disponibilidad de materiales críticos, lo que permitió a las PYMES cumplir con los plazos de entrega y aumentar la satisfacción del cliente.

Según la investigación de Savedra (2018) el déficit bajo de los trabajadores y el mal trabajo general dificultades en el día a día, duplicación de labores, falta de compromiso y la mala coordinación. Y un aprendizaje a estas alturas retrasaría más a la empresa (p.60)

En el ámbito del transporte y la distribución, los resultados mostraron que la optimización de rutas y la utilización de tecnologías de seguimiento en tiempo real contribuyeron a una reducción significativa en los tiempos de entrega y en los costos operativos. Las PYMES que integraron software de optimización de rutas y sistemas de gestión de flotas (FMS) lograron planificar mejor sus operaciones logísticas, minimizando los kilómetros recorridos y el consumo de combustible. Esto no solo redujo los costos directos relacionados con el transporte, sino que también tuvo un impacto positivo en la sostenibilidad ambiental de las empresas al disminuir las emisiones de carbono. Las mejoras en la eficiencia del transporte permitieron a las PYMES responder más rápidamente a las demandas del mercado y aumentar su capacidad para gestionar proyectos de mayor envergadura.

En cuanto al primer objetivo de analizar la situación actual de la gestión administrativa, que no tienen un área de control interno debido a que él mismo realiza los controles de las diferentes áreas. Confía plenamente en el trabajo de sus colaboradores, lo cual dificulta la identificación y corrección de errores en los distintos procesos que llevan a cabo estas áreas (Alvarado, 2019).

La investigación de Chafloque (2024) señala que un gran porcentaje de las empresas de gestión y abastecimiento de materiales tienen una proyección más eficiente. Ya que su influencia reduce el precio de los costos de manera drástica y esto a su vez apoya en la calidad de los proyectos de edificaciones.

Con la investigación traducida de Tsang et al. (2023) el estudio se enfoca en la practicidad de medir el desempeño ESG (ambiental, social y de gobernanza) de las PYMES en el actual panorama empresarial. Se propone sensibilizar y aumentar las capacidades ESG entre las PYMES del sector logístico, priorizando un desarrollo ESG personalizado. Para lograr esto, se propone un marco de medición que incluye una calificación sistemática, mecanismos y ponderaciones de criterios. La viabilidad y eficacia del plan propuesto se demuestran a través de un estudio de caso con varios practicantes de logística. Como resultado, las PYMES pueden desarrollar efectivamente sus capacidades ESG y comparar su desempeño ESG con sus competidores, especialmente en áreas como prácticas laborales justas, inversiones en logística y derechos humanos en cadenas de suministro.

La integración de la cadena de suministro también mostró beneficios significativos. Las PYMES que establecieron relaciones más estrechas y colaborativas con sus proveedores y subcontratistas lograron una mejor coordinación y sincronización de los flujos de materiales. Esto redujo los tiempos de espera y los cuellos de botella en la producción, permitiendo una ejecución más fluida y eficiente de los proyectos de construcción. Además, la digitalización de los procesos logísticos facilitó el intercambio de información en tiempo real, mejorando la visibilidad y la trazabilidad en toda la cadena de suministro. Este enfoque integrado no solo mejoró la eficiencia operativa, sino que también fortaleció las relaciones comerciales y aumentó la confianza entre los diferentes actores de la cadena de suministro.

En la investigación de Gomez (2011) podemos resaltar que la mayor parte de las empresas tienen una aceptación a la logística empresarial, para ser más específicos los dueños de las pymes está dispuesto a asesorarse acerca de este tema.

Los resultados destacaron que la implementación de la logística integral tuvo un impacto positivo en la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial (RSE) de las PYMES. La adopción de prácticas logísticas más sostenibles, como la optimización del uso de recursos y la reducción de residuos, mejoró la imagen corporativa de las empresas y su aceptación en el mercado. Las PYMES que integraron criterios de sostenibilidad en su logística no solo cumplieron con las normativas ambientales, sino que también aprovecharon oportunidades de negocio en mercados que valoran las prácticas responsables. En resumen, la logística integral no solo optimizó las operaciones diarias de las PYMES del sector de agregados y materiales de edificación, sino que también las posicionó como líderes en sostenibilidad y eficiencia en un mercado cada vez más competitivo.

DISCUSIÓN Y REFLEXIONES

La implementación de la logística integral en las PYMES del sector de agregados y materiales de edificación ha demostrado ser una estrategia eficaz para mejorar la eficiencia operativa y la competitividad. Sin embargo, esta investigación revela que el éxito de estas iniciativas depende en gran medida de la capacidad de las empresas para adoptar tecnologías avanzadas y gestionar el cambio organizacional. Las PYMES que lograron integrar sistemas de gestión de inventarios y optimización de rutas experimentaron mejoras significativas en sus operaciones, pero este proceso no estuvo exento de desafíos. La inversión inicial en tecnología

y capacitación, así como la resistencia al cambio por parte del personal, fueron obstáculos comunes. Esto sugiere que, para maximizar los beneficios de la logística integral, es crucial que las PYMES desarrollen estrategias claras para la adopción tecnológica y la gestión del cambio, incluyendo la formación continua del personal y la creación de una cultura organizacional orientada a la innovación.

En la investigación de Pizha (2017) indica que, al evaluar las condiciones actuales de la logística, se identificaron los aspectos más importantes a considerar para su correcto funcionamiento. Entre ellos se destacan: identificar las áreas de la empresa donde se debe implementar la logística, reconocer que la logística es una herramienta clave para la competitividad en los mercados, analizar los diferentes tipos de transporte que facilitan la logística empresarial, y, por último y más importante, fomentar una mentalidad de colaboración total entre todos los actores involucrados: proveedor, distribuidor, transporte y servicio técnico. (p.131)

Según la traducción en la investigación de Chin et al. (2014) destaca que la integración de proveedores y clientes puede reducir los efectos adversos de las incertidumbres ambientales sobre el desempeño empresarial. Se propone la integración proveedor-cliente como la relación ideal entre empresas para lograr un mayor nivel de cooperación y éxito competitivo, incluyendo la paridad y la ventaja competitiva. Investigaciones previas han demostrado que las incertidumbres tecnológicas y de demanda moderan la relación entre la integración de proveedores y el desempeño en la entrega al cliente, Sin embargo, otras incertidumbres ambientales, como las amenazas competitivas y métricas de desempeño empresarial, requieren más investigación para entender su efecto moderador en esta relación.

Los proyectos en el sector de la construcción son muy representativos en la economía, debido a que aparte de generar empleos se implementa estrategias en la cual se pueda dar abasto de materia y su buena distribución (Morales y Ramírez, 2021).

Otra reflexión importante derivada de los resultados es la necesidad de una colaboración más estrecha y efectiva a lo largo de la cadena de suministro. La integración de la cadena de suministro, que incluye la cooperación con proveedores y subcontratistas, se mostró fundamental para la mejora de la eficiencia operativa y la reducción de costos. Las PYMES que lograron establecer relaciones colaborativas y transparentes con sus socios comerciales pudieron sincronizar mejor los flujos de materiales y evitar cuellos de botella en la producción. No obstante,

esta integración requiere un compromiso mutuo y la voluntad de compartir información en tiempo real. La adopción de plataformas digitales y tecnologías de la información facilita este proceso, pero también plantea retos en términos de seguridad de la información y gestión de datos. Por lo tanto, es esencial que las PYMES inviertan en soluciones tecnológicas robustas y en la construcción de relaciones de confianza con sus socios comerciales.

En el trabajo investigativo de Araujo y Villa (2020) Se logró estandarizar el trabajo mediante la capacitación de los operarios y la actualización de la documentación. La gestión documental se validó con el apoyo del personal siguiendo los pasos para la implementación. La capacitación permitió al personal reducir las actividades durante el mezclado, alcanzando un desempeño del 77%.

La implementación del plan de ergonomía, utilizando el software Ergonautas, proporcionó resultados precisos sobre los movimientos y posiciones de trabajo de los operarios. Esto permitió desarrollar nuevas estrategias para mejorar el área de trabajo y aumentar la comodidad del personal, reduciendo los factores de riesgo y movimientos innecesarios en un 40%. (p.233 – 234)

Según el autor Galindo (2019) resaltamos que La mejora continua en los procesos de abastecimiento es esencial para las Pymes del sector de la construcción. Esto les permitirá optimizar la manera en que suministran sus proyectos, reducir el desperdicio de materiales, disminuir los tiempos de compra y evaluación, logrando así un esquema más eficiente y rentable. Con procesos de compra adecuados, se asegura una gestión y aprovechamiento óptimos de los recursos. (p.132)

También tenemos la opinión de Vidarte (2015) implementar un sistema de gestión logística hace más rentable a la empresa al mejorar el control de los recursos materiales y financieros. Este sistema, mediante políticas y metodologías eficientes, evita pérdidas por errores y proporciona mayor seguridad. Además, reordenar estas actividades ofrece una visión más precisa de la situación económica y financiera de la empresa, fundamental para la toma de decisiones. El personal de almacén, con un nivel educativo bajo para sus funciones, está en proceso de aprendizaje gracias a las capacitaciones impartidas por la empresa, lo cual requiere un alto compromiso en su trabajo. (p.134)

En la investigación traducida de Karmaker et al. (2023) nos da como resultado de su investigación que, En un primer momento, se realizó un análisis de Pareto para identificar los “elementos vitales” de los factores de riesgo para la cadena de

suministro de las PYMES. Desarrollado por Vilfredo Pareto y conocido como la regla 80/20, este principio establece que el 20% de los factores son responsables del 80% de los impactos, mientras que el 80% restante contribuye solo al 20% de los impactos. Tras identificar diecisiete factores de riesgo (catorce de la revisión de literatura y tres de comentarios de expertos), se llevó a cabo un análisis de Pareto en este estudio para identificar los factores de riesgo más significativos.

Otra investigación traducida del autor (Punyasavatsut, 2008) nos indica la importancia de incorporar grandes empresas o EMN como agentes de cambio climático y elementos clave en las estrategias de desarrollo de las PYMES. La evidencia de redes existentes entre empresas multinacionales y proveedores locales en las industrias tailandesas del automóvil y el vestido ha demostrado beneficios significativos en comparación con prácticas anteriores. Esto es crucial porque los proveedores locales integrados en estas redes requieren habilidades técnicas y de gestión más avanzadas, impuestas por las grandes empresas o EMN. Además, la disposición de los proveedores locales para cumplir con requisitos más rigurosos es fundamental para el éxito de estas colaboraciones.

La investigación subraya la importancia de la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial (RSE) en la logística integral. Las PYMES que incorporaron prácticas sostenibles en sus operaciones logísticas no solo mejoraron su eficiencia, sino que también fortalecieron su imagen corporativa y su posición en el mercado. La reducción de emisiones de carbono, la optimización del uso de recursos y la minimización de residuos son aspectos clave que contribuyen a la sostenibilidad. Sin embargo, integrar estos principios en la logística requiere una visión a largo plazo y un enfoque estratégico. Las PYMES deben considerar la sostenibilidad no solo como un cumplimiento normativo, sino como una oportunidad para diferenciarse en el mercado y atraer a clientes que valoran las prácticas responsables. En este sentido, la logística integral se convierte en un motor de crecimiento sostenible y una herramienta para generar valor tanto económico como social y ambiental.

CONCLUSIONES

En conclusión, la implementación de la logística integral ha demostrado tener un impacto positivo significativo en las PYMES del sector de agregados y materiales de edificación, mejorando la eficiencia operativa, reduciendo costos y aumentando la competitividad. La adopción de sistemas avanzados de gestión de inventarios, optimización de rutas de transporte y la integración de la cadena

de suministro han permitido a estas empresas no solo mejorar sus procesos internos, sino también responder de manera más ágil y efectiva a las demandas del mercado. Sin embargo, el éxito de estas iniciativas depende en gran medida de la capacidad de las PYMES para superar desafíos como la resistencia al cambio organizacional y la inversión inicial en tecnología.

Una recomendación clave es que las PYMES desarrollen un plan estratégico claro para la adopción de tecnologías logísticas avanzadas. Este plan debe incluir una evaluación exhaustiva de las necesidades específicas de la empresa, la selección de las soluciones tecnológicas más adecuadas y la planificación de la capacitación del personal. La formación continua es esencial para asegurar que los empleados puedan utilizar eficazmente las nuevas herramientas y adaptarse a los cambios en los procesos operativos. Además, es importante fomentar una cultura organizacional que valore la innovación y esté abierta a la transformación digital. Esto puede lograrse mediante la comunicación clara de los beneficios esperados y la participación activa de todos los niveles de la organización en el proceso de cambio.

Otra recomendación es la importancia de establecer relaciones colaborativas y transparentes a lo largo de la cadena de suministro. Las PYMES deben trabajar estrechamente con sus proveedores y subcontratistas para mejorar la coordinación y sincronización de los flujos de materiales. La adopción de plataformas digitales que faciliten el intercambio de información en tiempo real puede ser una herramienta poderosa en este sentido. Sin embargo, es crucial abordar las preocupaciones relacionadas con la seguridad de la información y la gestión de datos, implementando medidas adecuadas para proteger la confidencialidad y la integridad de la información compartida. Fomentar la confianza y la cooperación mutua entre todos los actores de la cadena de suministro contribuirá significativamente a la mejora de la eficiencia operativa y la reducción de costos.

Finalmente, las PYMES deben integrar principios de sostenibilidad y responsabilidad social empresarial (RSE) en sus estrategias logísticas. La adopción de prácticas sostenibles, como la optimización del uso de recursos, la reducción de emisiones de carbono y la minimización de residuos, no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también fortalece la imagen corporativa y la aceptación en el mercado. Las PYMES deben considerar la sostenibilidad como una oportunidad para diferenciarse de la competencia y atraer a clientes que valoran las prácticas responsables.

REFERENCIAS

- Alvarado, L. (2019). *PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DEL ÁREA DE CONTROL INTERNO PARA OPTIMIZAR LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA OPERADOR LOGÍSTICO ROKI S.A.C – CHICLAYO*. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6260/Alvarado%20Villegas%20Lesly%20Yakelin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Araujo, H., y Villa, A. (2020). *Propuesta de mejora en el proceso de mezclado para la reducción de mermas en la producción de cajas registro de desagüe, utilizando la ingeniería de métodos y filosofía KAIZEN en una PYME del sector construcción de Lima Metropolitana*. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/660000/Araujo_CH.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Barrantes, F. (2017). *LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN LA COMPETITIVIDAD EN LAS PYMES DEL SECTOR CONSTRUCCIÓN IMPORTADORAS DE MAQUINARIAS, EQUIPOS Y HERRAMIENTAS DEL DISTRITO DE PUENTE PIEDRA*. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/ee64dff9-43b7-4d29-871d-a19baf1a7ba3/content>
- Chafloque, C. (2024). *PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN INGENIERÍA CIVIL CON MENCIÓN EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE LA CONSTRUCCIÓN*. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/140280/Chafloque_RC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chin, T. A., Hamid, A. B. A., Rasli, A., y Tat, H. H. (2014). A Literature Analysis on the Relationship between External Integration, Environmental Uncertainty and Firm Performance in Malaysian SMEs. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 75–84. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.010>
- Davila, M., y Rojas, F. (2014). *ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ASESORIA Y CONSULTORÍA EN LOGÍSTICA INTEGRAL PARA LAS PYMES EN LA CIUDAD DE CALI*. https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/919/ESTUDIO_VIABILIDAD_CREACION_EMPRESA_ASESORIA_CONSULTORIA_LOGISTICA_INTEGRAL_PYMES_CIUADAD_CALI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Flores, L. (2021). *LOGÍSTICA INTEGRAL Y SATISFACCION DEL CLIENTE DE LOS SERVICIOS LOGÍSTICOS DE GUAYAQUIL*. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20194/1/UPS-GT003194.pdf>
- Galindo, M. (2019). *PROCESO DE COMPRAS EN PYMES DE CONSTRUCCIÓN BOGOTÁ - COLOMBIA*. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/21011/GalindoPulidoMiltonGiovanni2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Gomez, V. (2011). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que preste asesoría logística empresarial para las pequeñas y medianas empresas de la provincia de pichincha*. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/11711/6/UPS-QT02124.pdf>

- Karmaker, C. L., Aziz, R. Al, Palit, T., y Bari, A. B. M. M. (2023). Analyzing supply chain risk factors in the small and medium enterprises under fuzzy environment: Implications towards sustainability for emerging economies. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 2(1). <https://doi.org/10.1016/j.stae.2022.100032>
- Levano, E. (2017). *Diseño e implementación de un modelo de gestión logística y la mejora en el proceso de adquisición de materiales en la edificación de departamentos multifamiliares en la constructora MST Proyectos e Inversiones S.A.C.* <https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/1388/ENLEVANO.H.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Matos, M. (2016). *DISEÑO DE UN MODELO DE APROVISIONAMIENTO PARA EL MANEJO EFICIENTE DEL FLUJO DE MATERIALES EN LAS EMPRESAS PYMES DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA CIUDAD DE CARTAGENA. CASO EXPLANACIONES Y CONSTRUCCIONES S.A.* <https://repositorio.utb.edu.co/bitstream/handle/20.500.12585/1887/0069846.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Morales, M., y Ramirez, V. (2021). *CONSTRUCCIÓN DE ESTÁNDARES PARA MÉTODOS DE TRABAJO DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE LAS PYMES DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ D.C.* <http://52.0.229.99/bitstream/20.500.11839/8583/1/3152165-2021-2-II.pdf>
- Panes, I. (2017). *PROPUESTA DE GESTIÓN LOGÍSTICA PARA LA ADQUISICIÓN DE MATERIALES EN UNA PYME.* <https://core.ac.uk/download/pdf/288916414.pdf>
- Pizha, C. (2017). *PROYECTO LOGÍSTICO DE IMPORTACIÓN DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN DESDE ESTADOS UNIDOS HACIA LA IMPORTADORA COMERCIAL EL HIERRO CIA. LTDA., CANTÓN CUENCA, PROVINCIA DEL AZUAY.* <http://dspace.espoch.edu.ec/bitstream/123456789/11757/1/52T00432.pdf>
- Punyasavatsut, C. (2008). *SMEs in the Thai Manufacturing Industry: Linking with MNES* (Issue 5). http://www.eria.org/SMEs%20in%20The%20Thai%20Manufacturing%20Industry_Linking%20with%20MNES.pdf
- Rodriguez, V. (2019). *GESTIÓN LOGÍSTICA Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR CONSTRUCCIÓN, DISTRITO DE SAN MARCOS, PROVINCIA DE HUARI.* <https://repositorio.unjpsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/3028/VICTOR%20YOEL%20RODRIGUEZ%20VARGAS2.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Saavedra, S. (2018). *EVALUACIÓN DEL PROCESO LOGÍSTICO Y UNA PROPUESTA DE UN SISTEMA LOGISTICO PARA LA EMPRESA "SOCIEDAD DE MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN S.A.C.* https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34944/Saavedra_DSL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Tsang, Y. P., Fan, Y., y Feng, Z. P. (2023). Bridging the gap: Building environmental, social and governance capabilities in small and medium logistics companies. *Journal of Environmental Management*, 338. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2023.117758>
- Vidarte, C. (2015). *PROPUESTA DE UN SISTEMA DE GESTIÓN LOGÍSTICA PARA OPTIMIZAR EL CONTROL DE LOS INVENTARIOS EN UNA EMPRESA CONSTRUCTORA, CORPORACIÓN VIDARTE S.A.C.* https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/663/1/TL_Vidarte_Flores_CelestheAdhelly.pdf

CAPITULO IV

MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS (MYPES): INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DEL TALENO HUMANO

Angelo Brayan Quispe-Henriquez

 Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, Perú

 0009-0001-6659-8987

 74081298@unaat.edu.pe

La gestión del talento humano es un componente crítico para el éxito de cualquier organización y su importancia se acentúa en el contexto de las micro y pequeñas empresas (MYPES) por la naturaleza de su funcionamiento. Estas empresas, que representan un pilar fundamental en las economías locales y globales, enfrentan desafíos únicos que las diferencian de las grandes corporaciones, incluyendo la limitada disponibilidad de recursos y la necesidad de mantener una alta flexibilidad operativa. A diferencia de las grandes empresas, donde los recursos para la gestión del talento pueden ser más abundantes, las MYPES deben optimizar cada recurso disponible para maximizar su rendimiento y supervivencia en el mercado. Esto incluye no solo la contratación y retención de empleados calificados, sino también el desarrollo continuo de sus habilidades y competencias para asegurar que puedan adaptarse a los cambios del mercado y contribuir de manera significativa al crecimiento y sostenibilidad de la empresa.

Las micro y pequeñas empresas son fundamentales como creadoras de empleo y motores potenciales del crecimiento económico. Además, contribuyen al desempeño general de la economía. A pesar de que la producción a pequeña escala puede estar dirigida a un mercado específico, sigue siendo una actividad rentable y sostenible (Rojas y Sosa, 2020).

Según Briones y Quijano (2023) definen que el talento humano es de vital importancia ya que esta representa la capacitación, integración y el desarrollo personal de cada empleado, destacando las habilidades que estos poseen. Para Bacalla (2023) la gestión del talento humano es muy beneficiosa porque engloba la gestión por competencias y la estimación de desempeño, que van a permitir a la organización reconocer y tener un mejor control de las competencias de sus empleados. En la opinión de Vasquez (2023) la gestión de talento humano lleva cambiando con el pasar de los años por diferentes factores como pueden ser los políticos, sociales, económico, y legales.

Según Rojas y Pozo (2023) mencionan que la gestión del talento humano es esencial para el desarrollo y el avance de las organizaciones. La pérdida voluntaria o involuntaria de este capital tiene un impacto directo en los resultados.

La gestión efectiva del talento humano en las MYPES implica la implementación de prácticas estratégicas que fomenten un ambiente de trabajo positivo y productivo. La satisfacción y lealtad de los empleados son cruciales, ya que una alta rotación laboral puede ser especialmente costosa y disruptiva para estas pequeñas organizaciones. Un entorno laboral que valora y desarrolla a sus empleados puede reducir significativamente la rotación y aumentar la motivación y el compromiso del equipo. Además, la capacitación y el desarrollo profesional continuo permiten a los empleados adquirir nuevas habilidades y mejorar su rendimiento, lo que a su vez contribuye a una mayor competitividad y capacidad de innovación dentro de la empresa.

Rojas y Rudas (2021) mencionan que, dado que las personas se motivan y tienden a ser más productivas, eficaces y eficientes, las empresas que realizan gestión del talento humano ven en esto una oportunidad de crecimiento. La gestión y el desarrollo son piezas importantes para el logro de resultados que indiquen la mejora de lo que se desea plantear, ya que al gestionar se moldea las habilidades y competencias (Aroste, 2022).

Para Vásquez (2023) las MYPES se presentan como un conjunto de las empresas que tienen un número reducido de empleados y un volumen de ingresos anual limitado, según los criterios que suelen variar dependiendo de la legislación de cada país.

En este contexto, la influencia de la gestión del talento humano en las MYPES adquiere una relevancia estratégica. Implementar prácticas de gestión del talento que se alineen con los objetivos empresariales y las necesidades específicas de las

MYPES puede marcar una gran diferencia en su desempeño y competitividad. Las MYPES que invierten en la formación y el bienestar de sus empleados tienden a experimentar mejoras significativas en la productividad, innovación y calidad de sus productos o servicios. Además, una gestión del talento humano bien estructurada puede ayudar a estas empresas a identificar y potenciar el talento interno, facilitando el desarrollo de líderes dentro de la organización y asegurando la continuidad del negocio.

La gestión del talento humano no solo influye en la eficiencia operativa y la capacidad de respuesta de las MYPES ante las dinámicas del mercado, sino que también desempeña un papel crucial en la creación de un entorno empresarial resiliente y adaptable. Un enfoque robusto en la gestión del talento humano permite a las MYPES no solo afrontar los desafíos y cambios del mercado, sino también aprovechar las oportunidades emergentes. Por lo tanto, el objetivo de la investigación es examinar la influencia de la gestión del talento humano en el desempeño y competitividad de las micro y pequeñas empresas (MYPES), y como las prácticas de gestión del talento pueden mejorar la productividad, innovación y calidad de los productos o servicios de estas empresas.

La metodología empleada en este estudio se fundamenta en una revisión exhaustiva de artículos y literatura existente sobre la influencia de la gestión del talento humano en las MYPES. Este enfoque cualitativo permite una comprensión profunda y contextualizada de las prácticas y estrategias que han demostrado ser efectivas en diferentes entornos empresariales. La revisión de la literatura se llevó a cabo utilizando diversas bases de datos académicas y fuentes confiables para identificar investigaciones relevantes, estudios de caso, y artículos teóricos que abordan tanto la gestión del talento humano como las particularidades de las MYPES. El proceso de revisión implicó la selección de artículos y estudios que cumplen con criterios específicos de relevancia y calidad. Se consideraron aquellos trabajos que presentan análisis detallados, resultados empíricos sólidos y discusiones teóricas sobre las mejores prácticas en la gestión del talento humano dentro del contexto de las MYPES. Además, se priorizaron aquellos estudios que ofrecen comparaciones entre diferentes enfoques y estrategias, proporcionando una visión integral de cómo la gestión del talento puede impactar en la productividad, innovación y sostenibilidad de estas empresas. Esta selección rigurosa asegura que los hallazgos y conclusiones del estudio se basen en evidencia sólida y pertinente.

Huaycochea y Motta (2023) interpretan que la correcta evaluación del desempeño en esta metodología resaltarán las funciones teniendo claro los objetivos de cada trabajo, obteniendo resultados favorables antes las evaluaciones de artículos. Una vez seleccionados los artículos y estudios relevantes, se procedió a un análisis crítico y sistemático de su contenido. Este análisis incluyó la identificación de patrones comunes, diferencias significativas y lecciones aprendidas que pueden ser aplicables a las MYPES. Se prestó especial atención a las prácticas de gestión del talento que han demostrado tener un impacto positivo en el rendimiento empresarial, así como a los desafíos y limitaciones que enfrentan las MYPES en la implementación de estas prácticas. Los resultados de este análisis se integraron para ofrecer una perspectiva comprensiva y aplicable sobre cómo la gestión del talento humano puede influir en el éxito de las MYPES, proporcionando recomendaciones basadas en la evidencia para la mejora continua de estas empresas.

FORMACIÓN Y DESARROLLO DE EMPLEADOS

Los resultados de esta revisión exhaustiva de la literatura destacan la importancia crucial de la gestión del talento humano para las MYPES. En primer lugar, se encontró que las MYPES que invierten en la formación y desarrollo continuo de sus empleados tienden a experimentar mejoras significativas en la productividad y eficiencia operativa. Los estudios revisados muestran que la capacitación no solo aumenta las competencias técnicas de los empleados, sino que también mejora sus habilidades blandas, como la comunicación y el trabajo en equipo, lo cual es esencial en entornos de trabajo pequeños y dinámicos. La formación regular también se correlaciona con una mayor satisfacción laboral, lo que a su vez reduce la rotación de personal y los costos asociados con la contratación y capacitación de nuevos empleados.

Según Zuñiga (2019) la satisfacción laboral influye en el talento humano que poseen los empleados de la empresa, debido a que una correcta motivación impulsa los talentos individuales que al proyectarse de mejor manera en la empresa permiten una mayor expansión en las diferentes áreas.

INNOVACIÓN Y CULTURA ORGANIZACIONAL

La literatura indica que las prácticas de gestión del talento que fomentan un ambiente de trabajo positivo y comprometido tienen un impacto notable en la innovación dentro de las MYPES. Las empresas que promueven la participa-

ción activa de sus empleados en la toma de decisiones y que valoran sus ideas y aportes, tienden a ser más innovadoras. Los empleados que se sienten valorados y escuchados son más propensos a proponer nuevas ideas y soluciones creativas a los problemas, lo que puede dar lugar a mejoras en los procesos, productos y servicios. Además, un ambiente de trabajo positivo contribuye a una cultura organizacional fuerte, que es fundamental para la cohesión del equipo y la resiliencia ante los desafíos del mercado.

Analizando la investigación de Marron (2022) indica que en las últimas dos décadas la gestión del talento ha cobrado gran importancia en las empresas, la tecnología se está centrando en puestos menos especializados, haciéndolos desaparecer y mejorando de la misma manera la gestión del talento, cuanto más capacitados, educados, preparados, por eso la gestión del talento en el comportamiento humano es importante porque nosotros como organizaciones podemos ver cómo evoluciona; en ellos, como se ve en muchos estudios sobre gestión del talento y comportamiento organizacional. Por qué es necesario este tipo de investigación científica.

RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL

El autor Acevedo y Guerrero (2021) nos comparte la información de su investigación, diciéndonos que la empresa INGPRSA S.A.S tuvo una inadecuada planeación de estrategia en la gestión del talento de sus empleados, no teniendo un correcto proceso de reclutamiento de personal ni de selección, dándonos a conocer que esta parte es fundamental para adquirir personal con talento humano excepcional para la mejoría de la empresa.

El problema del mal manejo del talento humano en las empresas está en el área de recursos humanos, ya que si esta área falla en sus funciones la empresa no tendrá habilidades que potenciar o lo que es igual a el estancamiento en el sentido de mejora continua de la empresa (Sanchez, 2024).

DESAFÍOS Y RECOMENDACIONES PARA LAS MYPES

Otro hallazgo relevante es la identificación y desarrollo de líderes dentro de las MYPES. Los estudios revisados subrayan la importancia de una gestión del talento humano que se enfoque en el desarrollo de habilidades de liderazgo en todos los niveles de la organización. Las MYPES que invierten en programas de mentoría y liderazgo no solo preparan a sus empleados para asumir roles de ma-

yor responsabilidad, sino que también aseguran una sucesión de liderazgo más fluida y efectiva. Esto es especialmente crítico en las MYPES, donde la estructura jerárquica es más plana y la falta de liderazgo puede tener un impacto inmediato y significativo en las operaciones diarias.

Además, los resultados destacan los desafíos específicos que enfrentan las MYPES en la implementación de prácticas de gestión del talento. A diferencia de las grandes corporaciones, las MYPES a menudo tienen recursos limitados, lo que puede dificultar la adopción de programas de capacitación y desarrollo extensivos. Sin embargo, los estudios sugieren que incluso inversiones modestas en el desarrollo del talento pueden tener un retorno significativo. La clave está en la implementación de estrategias flexibles y adaptables que se alineen con los recursos disponibles y las necesidades específicas de la empresa. Las MYPES que son capaces de identificar y aprovechar oportunidades para el desarrollo del talento, incluso con recursos limitados, están mejor posicionadas para mejorar su desempeño y competitividad.

La investigación de Hernandez y Zuta (2022) nos indica que ejercer de manera adecuada la gestión para el talento humano garantiza el desempeño de las actividades empresarial de manera conforme donde tengamos un progreso estable en la realización de operaciones.

El autor Naveros (2019) concluye que mayormente las empresas tienen un nivel de gestión e influencia de talento humano decente, mientras que son pocas las que tienen una muy buena gestión de estas mismas y que en el mismo grado existen empresas con un bajo desempeño de gestión del talento humano.

Las MYPES son un importante impulsor del crecimiento económico debido a la creación de numerosos empleos y su dinamismo en cada industria. Por lo tanto, es necesario analizar su operación desde el punto de vista de su crecimiento empresarial y las fuentes de financiamiento a las que tienen acceso (Mercado, 2022).

También se pone de manifiesto la importancia de un enfoque integral en la gestión del talento humano que abarque todas las etapas del ciclo de vida del empleado, desde la contratación hasta la jubilación. Las MYPES que adoptan una visión holística y estratégica de la gestión del talento, que incluye procesos de selección rigurosos, programas de inducción efectivos, oportunidades de desarrollo continuo y planes de sucesión bien definidos, tienden a tener un mejor desempeño general. Este enfoque no solo mejora la capacidad de la empresa para atraer y retener

talento, sino que también fortalece su resiliencia organizacional y capacidad para adaptarse a los cambios del mercado. En resumen, los resultados de esta revisión subrayan que una gestión del talento humano efectiva y bien planificada es fundamental para el éxito y la sostenibilidad a largo plazo de las MYPES.

DISCUSIÓN Y REFLEXIONES

La gestión del talento humano en las micro y pequeñas empresas (MYPES) revela tanto oportunidades como desafíos que son esenciales para comprender su impacto en el éxito organizacional. En primer lugar, es evidente que una gestión eficaz del talento humano puede transformar significativamente la operatividad y competitividad de las MYPES. La inversión en el desarrollo continuo de los empleados no solo mejora sus habilidades y competencias, sino que también incrementa su compromiso y satisfacción laboral. Este compromiso se traduce en una mayor retención de personal y en una cultura organizacional más robusta, lo cual es fundamental para enfrentar las demandas cambiantes del mercado. Sin embargo, un desafío persistente es cómo lograr estos beneficios con recursos limitados, una situación común en las MYPES. La literatura sugiere que las MYPES deben adoptar estrategias creativas y flexibles, como la formación interna, la mentoría y el aprovechamiento de tecnologías accesibles para capacitación, para maximizar el retorno de sus inversiones en talento humano.

Para los autores Cueva y Lorenzo (2019) refutan que hoy en día las organizaciones denominan a las personas que trabajan en ellas capital humano, talento humano, recursos humanos. La diferencia antes mencionada se debe principalmente a cambios en los sistemas de gestión de las organizaciones, en los que el empleado o socio ya no es considerado como un medio productivo de la actividad de la organización, sino como los objetivos de la organización en el marco de la estrategia factible de la organización.

En el estudio de Iscandarov et al. (2018) traduciendo la investigación se puede rescatar que el desarrollo de la economía es un gran impulso en la innovación y que además el talento se considera una demostración por parte del empleado de resultados laborales consistentemente altos, un deseo de autoeducación y autorrealización. El uso de herramientas de desarrollo del talento propuesto por los autores para las profesiones que trabajan en la economía innovadora permite a las empresas alcanzar objetivos estratégicos y elevar la economía a un nuevo nivel cualitativo. La creación de incentivos para el trabajo productivo y la motivación

de los trabajadores exitosos mejorará su capital físico e intelectual. Por otro lado Coaquira (2020) resalta en su investigación que una gestión de calidad de productos va de la mano con la existencia de un bien nivel de competitividad, y estos mismos originaran la tendencia a una mejora en los talentos y habilidades de los trabajadores de la empresa.

Esta discusión también aborda la importancia de la innovación y la adaptabilidad, impulsadas por una gestión del talento humano que fomente la participación activa y la creatividad de los empleados. Las MYPES que promueven un ambiente de trabajo donde se valoran las ideas y se fomenta la colaboración tienden a ser más innovadoras. Esta innovación no solo se refiere a la creación de nuevos productos o servicios, sino también a la mejora continua de procesos y operaciones. La gestión del talento humano juega un papel crucial en la creación de este ambiente, ya que puede establecer sistemas de reconocimiento y recompensas que incentiven la participación y la generación de ideas. Sin embargo, es importante destacar que, aunque las prácticas de gestión del talento que fomentan la innovación son beneficiosas, su implementación puede ser compleja debido a la resistencia al cambio y a la necesidad de equilibrar la creatividad con la eficiencia operativa. Las MYPES deben encontrar un equilibrio adecuado para aprovechar al máximo las capacidades de sus empleados sin comprometer la estabilidad operativa.

Esto se observa en la investigación García (2021) donde la gestión de recursos humanos aborda aspectos importantes que obligan a la organización a repensar la importancia de una adecuada gestión de los recursos humanos, la cual es considerada una herramienta estratégica que posibilita el desarrollo integral tanto individual como grupal; Por lo tanto, los empleados son vistos como personas disponibles y esenciales para la organización que dedican su tiempo y esfuerzo a alcanzar las metas institucionales. En el estudio de Seoane et al. (2021) se puede rescatar que las empresas buscan diversas formas de gestión del talento en actividades duras y blandas.

La discusión resalta la necesidad de un enfoque integral y estratégico en la gestión del talento humano dentro de las MYPES. Un enfoque holístico que aborde todas las etapas del ciclo de vida del empleado, desde la contratación hasta la jubilación, es esencial para garantizar un desarrollo continuo y sostenido del talento. Las MYPES que adoptan este enfoque integral pueden crear una fuerza laboral altamente competente y comprometida, capaz de enfrentar desafíos y aprovechar oportunidades de manera efectiva. No obstante, la implementación de un enfoque tan completo requiere una planificación cuidadosa y una evaluación constante de las

prácticas de gestión del talento para asegurarse de que se alineen con los objetivos empresariales y respondan a las necesidades cambiantes del mercado. La discusión, por lo tanto, subraya que, aunque la gestión del talento humano es un factor crítico para el éxito de las MYPES, su eficacia depende en gran medida de la capacidad de la empresa para adaptar sus estrategias a sus recursos y contexto específicos.

CONCLUSIONES

Las conclusiones de este estudio sobre la influencia de la gestión del talento humano en las MYPES subrayan su papel fundamental en la sostenibilidad y el éxito a largo plazo de estas organizaciones. Una gestión eficaz del talento humano no solo mejora las habilidades y competencias de los empleados, sino que también incrementa su compromiso y satisfacción laboral, factores esenciales para la retención de personal y la reducción de la rotación. En un entorno donde los recursos son limitados, las MYPES que invierten en el desarrollo continuo de su personal pueden experimentar una mejora significativa en la productividad y eficiencia operativa. La formación interna, la mentoría y el uso de tecnologías accesibles para la capacitación son estrategias clave que pueden maximizar el retorno de la inversión en talento humano, incluso con presupuestos restringidos.

Además, el estudio concluye que la innovación y la adaptabilidad, impulsadas por una gestión del talento humano que fomente la participación activa y la creatividad de los empleados, son cruciales para la competitividad de las MYPES. Las empresas que logran crear un ambiente de trabajo donde se valoran las ideas y se incentiva la colaboración tienden a ser más innovadoras y capaces de mejorar continuamente sus procesos y productos. Sin embargo, la implementación de prácticas que fomenten la innovación puede enfrentar desafíos como la resistencia al cambio y la necesidad de equilibrar la creatividad con la eficiencia operativa. Las MYPES deben encontrar un equilibrio adecuado que les permita aprovechar al máximo las capacidades de sus empleados sin comprometer la estabilidad y operatividad de la empresa.

Se resalta la importancia de un enfoque integral y estratégico en la gestión del talento humano. Las MYPES que adoptan una visión holística que abarca todas las etapas del ciclo de vida del empleado, desde la contratación hasta la jubilación, pueden crear una fuerza laboral altamente competente y comprometida. Este enfoque integral no solo mejora la capacidad de la empresa para atraer y retener talento, sino que también fortalece su resiliencia organizacional y su

capacidad para adaptarse a los cambios del mercado. La planificación cuidadosa y la evaluación constante de las prácticas de gestión del talento humano son esenciales para asegurar que estas se alineen con los objetivos empresariales y respondan efectivamente a las necesidades dinámicas del mercado. En conclusión, una gestión del talento humano bien estructurada y adaptada a las particularidades de las MYPES es un factor determinante para su éxito y crecimiento sostenible.

RECOMENDACIONES

En primer lugar, las recomendaciones derivadas de este estudio sobre la influencia de la gestión del talento humano en las MYPES enfatizan la necesidad de adoptar estrategias específicas y adaptadas a las particularidades de estas organizaciones. En primer lugar, se recomienda que las MYPES inviertan en programas de formación y desarrollo continuo para sus empleados. Incluso con recursos limitados, es posible implementar capacitaciones internas y programas de mentoría que potencien las habilidades técnicas y blandas del personal. La utilización de plataformas en línea y recursos educativos accesibles puede ser una manera efectiva y económica de proporcionar estas oportunidades de desarrollo. Además, fomentar una cultura de aprendizaje constante no solo mejora la competencia del equipo, sino que también aumenta la satisfacción y el compromiso laboral, reduciendo la rotación de personal.

En segundo lugar, es crucial que las MYPES fomenten un ambiente de trabajo que promueva la innovación y la creatividad. Para lograr esto, se recomienda implementar sistemas de reconocimiento y recompensas que incentiven la participación activa de los empleados en la generación de ideas y la mejora de procesos. Crear canales formales e informales para que los empleados compartan sus ideas y colaboren en proyectos puede resultar en soluciones innovadoras que mejoren la competitividad de la empresa. Las MYPES deben estar abiertas a experimentar con nuevas prácticas y adaptar rápidamente aquellas que demuestren ser efectivas, manteniendo un equilibrio entre la creatividad y la eficiencia operativa para asegurar la estabilidad de las operaciones.

Finalmente, se recomienda que las MYPES adopten un enfoque integral y estratégico en la gestión del talento humano. Esto implica desarrollar políticas y prácticas que abarquen todo el ciclo de vida del empleado, desde la contratación hasta la jubilación. Las empresas deben asegurarse de tener procesos de selección rigurosos para contratar a las personas adecuadas, proporcionar una inducción efectiva

para integrar rápidamente a los nuevos empleados, y ofrecer oportunidades de crecimiento y desarrollo a lo largo de sus carreras. Además, es esencial planificar la sucesión de liderazgo para asegurar la continuidad y estabilidad a largo plazo. Realizar evaluaciones periódicas de las prácticas de gestión del talento humano permitirá a las MYPES ajustarlas según sea necesario para alinearse con los objetivos empresariales y responder a las dinámicas del mercado. Al implementar estas recomendaciones, las MYPES estarán mejor posicionadas para aprovechar al máximo el potencial de su talento humano y asegurar su crecimiento y éxito sostenibles.

REFERENCIAS

- Acevedo, Y., y Guerrero, N. (2021). *Diseño de un modelo de gestión del talento humano basado en competencias en la empresa constructora ingpra s.a.s.* https://repositorio.ufps.edu.co/bitstream/handle/ufps/6964/1192251_1192248.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aroste, Maria del Pilar, A. (2022). *Gestión del talento humano y la rentabilidad en una empresa de consultoría tecnológica.* https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/103554/Aroste_AMDP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bacalla, J. (2023). *INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN LA EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO DE LOS COLABORADORES DE UN RETAIL.* https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/5843/2/TL_Bacalla-LopezJoanssy.pdf
- Briones, C., y Quijano, R. (2023). *La gestión del talento humano y competencias laborales en una empresa del sector comercial.* https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/121969/Briones_MCR-Quijano_ARC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Coaquira, Y. (2020). *LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE DEL SECTOR PRODUCCIÓN RUBRO METAL MECÁNICA EN EL BARRIO SAN JOSÉ DE JULIACA.* https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/18960/GESTION_DE_CALIDAD_COAQUIRA_ZELA_YRMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cueva, L., y Lorenzo, A. (2019). *Propuesta de un modelo de gestión de talento humano para la pyme Talleres Reunidos EIRL.* https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/15882/CUEVA_YAURI_LORENZO_LAOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ferreiro-Seoane, F. J., Del Campo Villares, M. O., y Camino-Santos, M. (2021). Training and talent management of the most valued human resources companies in Spain. *Contaduría y Administración*, 64(3). <https://doi.org/10.22201/FCA.24488410E.2018.1641>

- García, W. (2021). “*LA GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y EL DESEMPEÑO LABORAL EN LA EMPRESA INDUSTRIAL DON MARTIN S.A.C. EN LA CIUDAD DE HUACHO, 2020.*” https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10118/Tesis_Gesti%C3%B3n_TalentoHumano_Desempe%C3%B1oLaboral_Emp.industrial_Don%20Mart%C3%ADnSAC_Huacho.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, G., y Zuta, G. (2022). *Gestión del talento humano y su relación con el desempeño laboral del personal de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas.* https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/99005/Hern%C3%a1ndez_PGJ-Zuta_JGM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Huaycochea, R., y La Motta, V. (2023). *GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y CAPACITACIÓN EN LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA TECSERM S.A.C. DE LA PROVINCIA DE ILO.* https://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/2097/Roberto-Victor_tesis_titulo_2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Iscandarov, R., Mansurova, T., y Rudneva, N. (2018). *Talent management as a method of development of the human capital of the company.* *eISSN(25)*, 2528–7907. <file:///C:/Users/Francis/Downloads/Dialnet-TalentManagementAsAMethodOfDevelopmentOfTheHumanCa-6841022.pdf>
- Marrón, F. (2022). *GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y DESARROLLO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA SIENERG, VILLA EL SALVADOR - 2022.* <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/2082/Marr%C3%B3n%20Gutierrez%2c%20Fiorella%20Stefany.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mercado, H. (2022). “*DESARROLLO DE LAS MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (MYPES) COMERCIALES MINORISTAS Y SU RELACIÓN CON LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO, MERCADO PLAZA VILLA SUR DEL DISTRITO DE VILLA EL SALVADOR, 2020.*” <https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/2250/TL-Mercado%20H-Ext.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Naveros, G. (2019). *GESTIÓN DE TALENTO HUMANO Y CLIMA ORGANIZACIONAL EN LOS COLABORADORES DE LA TIENDA MASS.* <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/994/Naveros%20Baldarrago%2c%20Gaby.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rojas, E., y Sosa, C. (2020). *La formalización de las micro y pequeñas empresas como medio para reducir la informalidad del sector comercial de la Provincia de Yauli, año 2019.* http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1953/1/T026_04071850_T.pdf
- Rojas, J., y Pozo, M. (2023). “*GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y GESTIÓN DE ROTACIÓN LABORAL EN UNA INSTITUCIÓN DEL SECTOR RETAIL FINANCIERO, DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO (LIMA– PERÚ), 2022.*” <https://repositorio.cientifica.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12805/3270/TL-Rojas%20J-Pozo%20M-Ext.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Rojas, N., y Rudas, G. (2021). “*GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y DESEMPEÑO LABORAL EN UNA EMPRESA DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN LA CIUDAD DE CAJAMARCA EN EL AÑO 2021.*” <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28676/Tesis.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Sanchez, S. (2024). *MANEJO DEL TALENTO HUMANO Y EL DESEMPEÑO DE ROL EN LA PRODUCTIVIDAD LABORAL DE LAS AGENCIAS DE CARGA.* www.scielo.org.mx
- Vasquez, L. (2023). *GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN LOS RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE BAGUA GRANDE, UTCUBAMBA, AMAZONAS.* <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/3546/Diana%20Lucely%20Vasquez%20Guevara%20-%20FACEA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zuñiga, M. (2019). *GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DE LA RED DE CARPINTEROS MERCAMUEBLE DEL DISTRITO DE SAN SEBASTIÁN. CUSCO.* https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/3947/Miguel_Tesis_bachiller_2019.PDF?sequence=1&isAllowed=y

CAPITULO V

RETENCIÓN DE EMPLEADOS EN UN ENTORNO COMPETITIVO

Karolay Shirley Ramirez-Cavides

 Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, Perú

 0009-0002-4414-4033

 76124473@unaat.edu.pe

La retención de empleados en un entorno competitivo se ha convertido en una prioridad estratégica para las organizaciones modernas. En un mercado laboral caracterizado por la alta competencia y la movilidad profesional, las empresas se enfrentan al desafío de mantener a sus mejores talentos y evitar la fuga de conocimientos y habilidades críticas. La retención efectiva no solo implica ofrecer compensaciones atractivas, sino también crear un ambiente de trabajo que fomente el compromiso, la satisfacción y el crecimiento profesional. Este enfoque integral no solo ayuda a reducir la rotación de personal, sino que también fortalece la cultura organizacional y mejora la productividad a largo plazo.

La retención del personal implica mantener y motivar a nuestros trabajadores o empleados en nuestras entidades ofreciéndoles diferentes tipos de compensaciones, de modo que estos se sientan parte de la organización y estén motivados a dar lo mejor de sí, desenvolviéndose en las actividades que dominan dentro de la empresa. (Montoya et al., 2020).

Para Hernández et al., (2022) resalta que la retención de los empleados ha tomado mayor fuerza en el ámbito empresarial, esto ayuda a brindar al empleado una autonomía en lo que refiere a su desempeño laboral y en como ejerce sus funciones dentro de la empresa.

El entorno competitivo actual exige que las empresas adopten estrategias innovadoras y personalizadas para retener a sus empleados. Las expectativas de los trabajadores han evolucionado, y ahora buscan más que solo estabilidad laboral; desean oportunidades de desarrollo, equilibrio entre el trabajo y la vida personal, y un sentido de propósito en sus roles. Las organizaciones que entienden y responden a estas necesidades son más propensas a mantener a sus empleados motivados y comprometidos. Implementar programas de desarrollo profesional, fomentar un ambiente de trabajo inclusivo y flexible, y reconocer y recompensar el desempeño son prácticas que pueden marcar una diferencia significativa en la retención de talento.

Hirschfeld (2021) comenta que los empleados son los trabajadores que tienen un Curriculum vitae impresionante que destacan frente a los demás, estos mismo tienen un asombroso potencial laboral, y sería un grave error perder uno de estos.

Para Gonzales (2023) la retención del personal en la actualidad es considerado como un desafío, llamado de otra forma como guerra de talentos, según lo mencionado se resalta que hoy en día es primordial mantener nuestra reputación como profesional ya que, dentro del mercado laboral competitivo, hay una alta demanda de profesionales calificados, lo que genera una mayor movilidad entre empresas y una mayor competencia por atraer y retener a los mejores talentos.

La competitividad siempre está presente en el ambiente laboral, intensificando el completar las metas de la empresa de manera satisfactoria y eficiente, los objetivos de la empresa siempre van a estar de primera instancia debido a que los empleados sobresalientes presentan una motivación mayor por los beneficios que le brinda la empresa (Gonzales, 2020).

El concepto de profesional se define en el trabajo de una persona frente a la de los demás, de manera que evite el exceso de trabajo y no permitiendo el retraso de labores empresarial, comprometiéndose a una rigurosa forma de ampliar su crecimiento de manera individual (Gonzales y René, 2021).

Además, la retención de empleados en un entorno competitivo no solo beneficia a los trabajadores, sino que también tiene un impacto positivo en el desempeño organizacional. La alta rotación de personal puede resultar costosa y disruptiva, afectando la moral del equipo y la continuidad del negocio. Por otro lado, mantener un equipo estable y comprometido permite a las empresas construir una base sólida de conocimientos y experiencia, mejorar la cohesión del equipo y

facilitar la implementación de estrategias a largo plazo. En resumen, la retención efectiva de empleados es fundamental para el éxito sostenido de las organizaciones en un mercado laboral dinámico y en constante evolución.

La presente investigación no experimental, de carácter cualitativo, se basa en el estudio de la retención de empleados en un entorno competitivo, Barragán (2009) “dice que el ambiente laboral que está en constante competencia por mantenerse en la empresa influye mucho en la retención de los empleados que más destacan por las habilidades que tienen” (p.2).

Para Amarillo y Mosquera (2022) “la retención se concentra en la satisfacción laboral y el establecimiento de las relaciones de los empleados con la empresa, el éxito empresarial se concentra en la manera que administramos los recursos humanos” (p.16).

RESULTADOS

Los beneficios de implementar estrategias efectivas de retención de empleados en un entorno competitivo son amplios y ventajosos para las organizaciones. Uno de los resultados más destacados es la disminución del personal sin experiencia dentro de una organización, lo que se traduce en menores costos asociados con la contratación y capacitación de nuevos colaboradores. La estabilidad en el equipo de trabajo permite a las empresas mantener un alto nivel de conocimientos y habilidades, mejorando así la eficiencia operativa y la continuidad del negocio. Al retener a sus mejores talentos, las organizaciones también pueden asegurar una base sólida para el desarrollo y la ejecución de proyectos a largo plazo, lo que contribuye al crecimiento y éxito sostenido.

Según el estudio de Iván y Isaza (2024) argumenta que una de las más eficientes estrategias para la retención de empleados es la remuneración económica, esto confirma que el dinero influye mucho en el desempeño laboral, sin embargo, puedo afirmar que una adecuada compensación salarial puede ser un poderoso motivador que lleva a los empleados a sentirse más comprometidos con su trabajo y la organización.

Los empleados que sobresalen en las empresas, son los que tienen o presentan un nivel superior al resto, ya que su manera de trabajar es la correcta por no decir efectiva, tienen autoaprendizaje gracias a la satisfacción laboral que la organización estuvo implementando desde los resultados satisfactorios que mostro dicho empleados (Orlando, 2019).

Otro resultado positivo de las estrategias de retención es el fortalecimiento del sentido de pertenencia de los colaboradores. Las iniciativas que incluyen oportunidades de desarrollo profesional, programas de reconocimiento y recompensas, y un entorno de trabajo inclusivo y flexible, fomentan que los empleados se sientan más valorados y motivados. Cuando los trabajadores perciben que son apreciados y respaldados, su desempeño y productividad tienden a mejorar, lo que se refleja en la calidad del trabajo y la eficiencia general de la organización. Además, un alto nivel de compromiso de los empleados puede mejorar la cultura organizacional, promoviendo un ambiente de colaboración y cohesión que impulsa la innovación y la creatividad.

Quiero concluir los resultados diciendo que las estrategias efectivas de retención de empleados pueden mejorar significativamente la reputación de la empresa tanto dentro como fuera del mercado laboral. Las organizaciones que son conocidas por cuidar y desarrollar a sus empleados suelen atraer a más talentos de alta calidad, lo que les da una ventaja competitiva en la captación de nuevos empleados. Además, una reputación positiva puede fortalecer las relaciones con clientes, socios y otras partes interesadas, ya que las empresas con una fuerza laboral estable y comprometida tienden a ofrecer un mejor servicio y productos de mayor calidad. En resumen, la retención efectiva de empleados no solo beneficia a los trabajadores, sino que también aporta un valor sustancial y sostenible a la organización en su conjunto.

DISCUSIÓN

El tema de la retención de empleados en un entorno competitivo genera varias discusiones y debates entre profesionales de recursos humanos, académicos y líderes empresariales. Una de las principales discusiones se centra en la mejor manera de equilibrar las compensaciones financieras con otros factores de retención. Si bien los salarios y los beneficios competitivos son importantes, muchos argumentan que no son suficientes por sí solos para garantizar la lealtad de los empleados. La necesidad de un enfoque holístico que incluya oportunidades de desarrollo profesional, un entorno de trabajo positivo y una cultura organizacional sólida se considera crucial, pero encontrar el equilibrio adecuado entre estos elementos sigue siendo un desafío.

Se comparte la opinión de Prieto (2023) cuando afirman que la gestión del talento de todos los trabajadores es mucho más indispensable que solo motivar a los que destacan, debido a que una empresa que cuenta con todo el personal capaz de defenderse por sí solo en el ámbito laboral demuestra la superioridad de la empresa. (p.10)

Por otro lado Gonzales (2019) no dice que la retención de empleados es uno de los aspectos más fundamentales para las organizaciones, pero actualmente no se toma mucho énfasis en ello. (p.2). A pesar de su importancia, Gonzales destaca que, en la práctica actual, las organizaciones no están poniendo suficiente énfasis en la retención de empleados. Esto puede deberse a diversos factores, como un enfoque excesivo en la contratación, la falta de estrategias de retención efectivas o una cultura organizacional que no prioriza el desarrollo y la satisfacción de los empleados.

Es importante mantener el equilibrio entre la vida laboral y personal en la retención de empleados. A medida que la demanda de flexibilidad laboral aumenta, las empresas deben adaptar sus políticas para ofrecer opciones como el teletrabajo, horarios flexibles y licencias parentales extendidas. Sin embargo, implementar estas políticas puede ser complejo y puede enfrentar resistencia tanto de la dirección como de los empleados acostumbrados a estructuras de trabajo más tradicionales. Además, la gestión de un entorno laboral híbrido presenta sus propios desafíos en términos de coordinación, comunicación y mantenimiento de la cultura organizacional.

Para Valdebenito (2019) las empresas al usar la tecnología, los empleados pierden la capacidad de sobresalir debido a que la mayoría de las labores están automatizadas y no necesitan demasiado esfuerzo de la mano del hombre para realizarlas. Es cierto que la creciente automatización de procesos y tareas, impulsada por el avance tecnológico, puede reducir la necesidad de esfuerzo manual por parte de los empleados. Esto podría, en efecto, disminuir las oportunidades de los trabajadores de destacarse y demostrar sus habilidades

La rotación de los activos está muy frecuente cuando se somete a la retención de los empleados lo que genera más gasto por parte de la empresa. (Meneses y Rodríguez, 2019). Para abordar este desafío, las empresas deben implementar estrategias efectivas de retención, como ofrecer una compensación competitiva, brindar oportunidades de desarrollo profesional, fomentar una cultura organizacional positiva y mejorar el equilibrio entre vida laboral y personal.

Los mecanismos que vinculan a los empleados con la empresa, son la atracción del talento humano lo que significa que las empresas de gestionar los talentos de los empleados que sobresalen. (Mina, 2019). En efecto la gestión del talento implica no solo atraer a los mejores empleados, sino también desarrollar, motivar y retener a aquellos que sobresalen y aportan un mayor valor a la orga-

nización. Esto requiere de una inversión en programas de capacitación, planes de carrera, sistemas de recompensas y una cultura organizacional que fomente el crecimiento y el reconocimiento.

La retención de empleados también está ligada a la diversidad e inclusión en el lugar de trabajo, un tema que ha ganado relevancia en los últimos años. Las empresas se enfrentan al reto de crear un entorno inclusivo donde todos los empleados, independientemente de su género, raza, orientación sexual u otros aspectos de su identidad, se sientan valorados y respetados. Las discusiones en torno a este tema giran en torno a cómo las políticas y prácticas de diversidad e inclusión pueden impactar positivamente la retención de empleados al crear un sentido de pertenencia y reducir la rotación. Sin embargo, implementar cambios significativos en este ámbito requiere un compromiso genuino y sostenido por parte de la dirección, así como una reevaluación continua de las políticas y prácticas existentes.

Por otro lado Villasana (2020) el objetivo de trabajar es la medición de las habilidades, la motivación y el reconocimiento, para todo esto nos supone que las Tics son clave para poder retener al trabajador de una forma más llamativa. Las discusiones sobre la retención de empleados en un entorno competitivo abordan una amplia gama de factores, desde compensaciones y desarrollo profesional hasta equilibrio entre la vida laboral y personal y diversidad e inclusión. Estas conversaciones subrayan la complejidad del desafío y la necesidad de enfoques multifacéticos y adaptables para lograr una retención efectiva y sostenible.

Para abordar eficazmente la retención de empleados en un entorno competitivo, es fundamental que las empresas ofrezcan un paquete de compensación atractivo y competitivo. Esto no solo se refiere a salarios, sino también a beneficios adicionales como seguros de salud, planes de jubilación, bonos de desempeño y otros incentivos financieros. Es crucial que las organizaciones realicen revisiones salariales periódicas y ajustes basados en el mérito para asegurarse de que sus empleados se sientan valorados y adecuadamente compensados por su trabajo. Al mantener la competitividad en términos de compensación, las empresas pueden reducir significativamente el riesgo de que sus empleados busquen oportunidades mejor remuneradas en otras empresas.

Según Herrera et al. (2020) es más importante identificar las oportunidades de mejora que los empleados puedan mejorar en lugar de concentrarnos con el que ya tiene los talentos definidos, debido a que se puede retener el nuevo talento dentro de la empresa.

Para Raimondi (2021) resalta que los factores de la cultura organizacional favorecen a la retención del personal que tiene mayor experiencia debido a las estrategias de recursos humanos. Sin embargo, la cultura de una empresa, es decir, sus valores, creencias, normas y prácticas, tiene un impacto significativo en la forma en que los empleados se sienten y se comportan dentro de la organización. Una cultura organizacional sólida y alineada con las necesidades de los trabajadores puede ser un factor clave para retener al personal con mayor experiencia.

Además de una compensación atractiva, fomentar el desarrollo profesional y el crecimiento interno es esencial para la retención de empleados. Las empresas deben invertir en programas de formación y desarrollo que permitan a los empleados adquirir nuevas habilidades y avanzar en sus carreras. Esto incluye ofrecer oportunidades de ascenso, tutorías y planes de carrera personalizados que proporcionen un camino claro para el progreso profesional dentro de la organización. Reconocer y recompensar el desempeño y los logros de los empleados también puede aumentar la motivación y el compromiso, ayudando a construir una fuerza laboral leal y dedicada. Cuando los empleados ven que la empresa se preocupa por su desarrollo y ofrece oportunidades para el crecimiento, están más inclinados a permanecer a largo plazo.

La opinión de Dolores (2015) comenta que las consecuencias de una de las muchas crisis empresariales, son la gestión del ahorro y gastos conservador, esto nos quiere decir que según sus estudios si retenemos a los empleados, tendremos que realizar un gasto extra, que no muchas empresas pueden cubrir por diversos factores.

El costo de las inversiones es necesario para la retención del personal, pero se debe realizar una correcta distribución de esta misma para mantener un equilibrio dentro de la organización (Fonseca, 2019). Si bien es importante mantener un equilibrio, las empresas también deben enfocar sus esfuerzos y recursos en retener a los talentos clave, aquellos que aportan un mayor valor y contribución a la organización. Pese a la negatividad de algunos autores la retención de los empleados siempre será un beneficio, solo hay que mantener una cantidad considerable de salario extra si queremos retener al empleado y una buena motivación manteniendo conexión con él.

Para Guardado et al. (2023) nos da a conocer que La gestión eficaz de la retención requiere un diagnóstico continuo de la naturaleza y causas de la rotación, un enfoque estratégico determinar en qué medida la retención de los mercados de capital humano. Considero que la gestión eficaz de la retención de personal

requiere un enfoque integral, que incluya un diagnóstico continuo de las causas de la rotación y el desarrollo de estrategias personalizadas y alineadas con los objetivos organizacionales y las dinámicas del mercado de capital humano.

Promover un ambiente de trabajo positivo y flexible es crucial para mantener a los empleados satisfechos y comprometidos. Las políticas de trabajo flexible, como el teletrabajo y los horarios ajustables, pueden ayudar a los empleados a equilibrar mejor sus responsabilidades laborales y personales, lo que es cada vez más valorado en el entorno laboral moderno. Crear una cultura organizacional inclusiva, respetuosa y colaborativa es igualmente importante. Las empresas deben asegurarse de que todos los empleados se sientan valorados y escuchados, lo que se puede lograr a través de encuestas de satisfacción, foros de retroalimentación y políticas de inclusión. Un entorno de trabajo positivo no solo mejora la moral y la satisfacción de los empleados, sino que también fomenta la lealtad y el compromiso, lo que a su vez contribuye al éxito a largo plazo de la organización. Implementar estas estrategias puede ayudar a las empresas a retener a sus mejores talentos y a crear una base sólida para un futuro próspero.

CONCLUSIONES

En conclusión, la retención de empleados en un entorno competitivo es una estrategia esencial para el éxito a largo plazo de cualquier organización. Ofrecer un paquete de compensación competitivo, que incluya salarios atractivos y beneficios adicionales, es fundamental para asegurar que los empleados se sientan valorados y justamente recompensados por su trabajo. Este enfoque no solo reduce la rotación de personal, sino que también mejora la estabilidad financiera y operativa de la empresa. Las revisiones salariales periódicas y los aumentos basados en el mérito son prácticas clave para mantener a los empleados satisfechos y comprometidos.

El desarrollo profesional y el crecimiento interno son igualmente cruciales para la retención de empleados. Las empresas que invierten en programas de formación y desarrollo, y que ofrecen claras oportunidades de ascenso, están mejor posicionadas para mantener a sus empleados motivados y dedicados. Reconocer y recompensar el desempeño también juega un papel vital en la construcción de una fuerza laboral leal. Cuando los empleados ven un camino claro para su progreso profesional dentro de la organización, es más probable que permanezcan a largo plazo, lo que beneficia tanto a los empleados como a la empresa.

Por último, promover un ambiente de trabajo positivo y flexible es esencial para mantener la satisfacción y el compromiso de los empleados. Las políticas de trabajo flexible y la creación de una cultura organizacional inclusiva y respetuosa son fundamentales para lograr este objetivo. Asegurarse de que todos los empleados se sientan valorados y escuchados mejora la moral y fomenta un sentido de pertenencia. Un entorno de trabajo positivo no solo retiene a los empleados, sino que también impulsa la innovación y la productividad. En resumen, la retención efectiva de empleados requiere un enfoque multifacético que aborde tanto las necesidades materiales como emocionales de los trabajadores, creando así una base sólida para el crecimiento y éxito sostenido de la organización.

Para mejorar la retención de empleados en un entorno competitivo, es fundamental que las empresas ofrezcan un paquete de compensación atractivo y competitivo. Esto va más allá de los salarios y debe incluir beneficios adicionales como seguros de salud, planes de jubilación, bonos de desempeño y otros incentivos financieros. Las revisiones salariales periódicas y los aumentos basados en el mérito son prácticas esenciales para garantizar que los empleados se sientan valorados y justamente compensados. Un enfoque integral en la compensación no solo ayuda a retener a los empleados, sino que también refuerza la imagen de la empresa como un empleador de elección en el mercado laboral.

Además de una compensación adecuada, es crucial fomentar el desarrollo profesional y el crecimiento interno de los empleados. Las empresas deben invertir en programas de formación y desarrollo, proporcionar tutorías y establecer planes de carrera personalizados. Ofrecer oportunidades de ascenso y reconocimiento interno puede motivar a los empleados a permanecer en la empresa, ya que ven un camino claro para su progreso profesional. La capacitación continua y el apoyo para la educación formal o certificaciones profesionales no solo mejoran las habilidades de los empleados, sino que también demuestran el compromiso de la empresa con su desarrollo a largo plazo. Este enfoque ayuda a construir una fuerza laboral leal y dedicada, lo que a su vez beneficia a la organización en su conjunto.

Promover un ambiente de trabajo positivo y flexible es igualmente importante para la retención de empleados. Las políticas de trabajo flexible, como el teletrabajo y los horarios ajustables, permiten a los empleados equilibrar mejor sus responsabilidades laborales y personales, lo que es cada vez más valorado en el entorno laboral moderno. Crear una cultura organizacional inclusiva, respetuosa y colaborativa es esencial para que todos los empleados se sientan valorados y escuchados. Las en-

cuestas de satisfacción y los foros de retroalimentación son herramientas útiles para identificar áreas de mejora y asegurar que las políticas de la empresa estén alineadas con las necesidades y expectativas de los empleados. Implementar programas de reconocimiento y recompensas, y fomentar una comunicación abierta y transparente, también son estrategias efectivas para mantener a los empleados motivados y comprometidos. Estos enfoques no solo mejoran la retención, sino que también contribuyen a la productividad, la innovación y el éxito a largo plazo de la organización.

REFERENCIAS

- Amarillo, D., & Mosquera, M. (2022). *ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE EMPLEADOS Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN LABORAL*. <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/1670/131331.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barragán, J., Castillo, J., Villalpando, P., & Guerra, P. (2019). Estrategias de retención de empleados eficientes: Importancia estratégica de la fidelización de los empleados en organizaciones internacionales. *Retención de Empleados InnOvaciOnes de NegOciOs*, 6(1), 33–43. <http://eprints.uanl.mx/12509/1/A3.pdf>
- Dolores, M., Cordon, E., & De la Torrez, L. (2024). *Impacto de los Modelos de Compensación Flexible en la atracción y retención del talento*. <file:///C:/Users/Francis/Downloads/1312-Texto%20del%20art%C3%ADculo-3612-1-10-20150615.pdf>
- Fonseca, J. (2019). *RETENCIÓN DE PERSONAL FRENTE AL MODELO DE SALARIO EMOCIONAL*. <https://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/947/Retenci%C3%B3n%20de%20personal%20frente%20al%20modelo%20de%20salario%20emocional.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Gonzales, D. (2023). *Estrategias de retención del personal Una reflexión sobre su efectividad y alcances*. <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidad-eafit/article/view/11/11>
- Gonzales, M., & René, D. (2020). *Estrategias de retención del personal*. <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=21518650004>
- Gonzales, R., Silvana, E., & Montoya, G. (2021). *RELACIÓN ENTRE SATISFACCIÓN LABORAL Y RETENCIÓN DE EMPLEADOS DE VENTAS DE UN CALL CENTER DE LIMA ESTE, 2019*. <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/a2acad2b-fd22-4c36-b4d4-dcf23171a90c/content>
- Guardado, S., Martínez, J., & Tapia, D. (2023). Retención del talento: Propuesta de onboarding en una empresa manufacturera del Estado de México. *Iberoamerican Business Journal*, 6(2), 76–94. <https://doi.org/10.22451/5817.ibj2023.vol6.2.11072>
- Hernández, C., Restrepo, I., Conde, K., & Martínez, J. (2022). RETENCIÓN DE EMPLEADOS, UNA ESTRATEGIA PARA EL ÉXITO DE LAS ORGANIZACIONES. *Revista Fundación Universitaria Luis Amigó* |, 3(1), 108–115. <https://revistas.ucatolicalluisamigo.edu.co/index.php/RFunlam/article/view/1898/1514>

- Herrera, D., Sanchez, N., Trejos. Martha, & Bossa, S. (2020). *FELICIDAD EN EL TRABAJO ESTRATEGIA GARANTE DEL EQUILIBRIO DE RETENCIÓN DE EMPLEADOS DE UNA EMPRESA RETAIL*. <https://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/950/FELICIDAD%20EN%20EL%20TRABAJO%20ESTRATEGIA%20GARANTE%20DEL%20EQUILIBRIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hirschfeld, K. (2021). *Retención y fluctuación: Retener empleados-Perder empleados*. <http://www.union-network.org>
- Iván, H., & Isaza, F. (2024). *ESTRATEGIAS DE ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO HUMANO EN LA INDUSTRIA MINERA COLOMBIANA 1*. <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/1869/Estrategias%20de%20atracci%c3%b3n%20y%20retenci%c3%b3n%20del%20talento%20humano%20en%20la%20industria%20minera%20colombiana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Meneses, K., & Rodríguez, Y. (2019). *ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO HUMANO ESTRATEGIAS DE ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO HUMANO PARA DISMINUIR LA ROTACIÓN DE PERSONAL*. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/31779/MenesesPintoKelyJohanna2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mina, P. (2019). *ATRACCIÓN y RETENCIÓN DEL TALENTO. PROBLEMÁTICA EN EMPRESAS IT DE ARGENTINA*. <https://ri.itba.edu.ar/server/api/core/bitstreams/c3354607-f7c1-4beb-b5f2-0015d8ba17e6/content>
- Montoya, A., Portilla, L., & Castaño, J. (2021). COMPENSACIÓN Y BENEFICIOS SALARIALES; ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE TRABAJADORES. *Scientia et Technica Año XIV*, 39. <https://www.redalyc.org/pdf/849/84920503047.pdf>
- Orlando, M. (2019). *ESTUDIO DE MODERACIÓN DE LA SATISFACCIÓN LABORAL EN LA RELACIÓN ENTRE PERCEPCIÓN DE PRÁCTICAS ORGANIZACIONALES PARA EL DESARROLLO Y LA RETENCIÓN DE EMPLEADOS(AS) ESTRELLA Y EMPLEADOS(AS) DE ALTO POTENCIAL*. <https://repositorio.upr.edu/bitstream/handle/11721/3528/Disertacion%20Final%20Rev.%20OMM%20%28sin%20firmas%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Prieto, P. (2023). *GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO COMO ESTRATEGIA PARA RETENCIÓN DEL PERSONAL*. <https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/160/Gesti%c3%b3n%20del%20talento%20humano%20como%20estrategia%20para%20retenci%c3%b3n%20del%20personal.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Raimondi, M. (2021). *Implicancias de la cultura organizacional en la retención de empleados repatriados*. http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/tpos/1502-0573_RaimondiSM.pdf
- Valdebenito, C. (2019). *Propuesta de Valor al Empleado para Atraer y Retener Talento, a través de un Modelo de Recompensa Total*. <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/140138/Propuesta%20de%20valor%20al%20empleado%20para%20atraer%20y%20retener.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Villasana, L. (2020). *Factores que inciden en la motivación y retención de trabajadores del conocimiento*. <https://doi.org/10.36097/rsan.v0i49.2092>

CAPITULO VI

MÁS ALLÁ DE LA MONEDA: DESCIFRANDO EL IMPACTO PSICOLÓGICO DEL SALARIO EN LA MOTIVACIÓN LABORAL

Clara Teofila Zubiaurre-Huachhuaco

 Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, Perú

 0009-0008-0445-5703

 75802629@unaat.edu.pe

En pleno 2024, el salario sigue siendo una parte fundamental y visible de un empleo, representando la compensación económica que recibe un empleado. Sin embargo, su importancia va más allá de lo económico, ya que también tiene un impacto significativo en la motivación psicológica de las personas para trabajar. En algunas organizaciones, el bajo rendimiento de los empleados se debe a una falta de motivación general. Esta falta de motivación se atribuye a la ausencia de métodos efectivos de reconocimiento que valoren adecuadamente el rendimiento y los esfuerzos de los empleados para alcanzar los objetivos y cumplir con sus compromisos. (Diaz, 2024).

El salario es una motivación que aborda las necesidades emocionales y psicológicas de los empleados en el lugar de trabajo. Es más que una remuneración, e incluye elementos como el reconocimiento y la autonomía (Aviles-Peralta, 2024).

Se percibir que los trabajadores valoran los beneficios que satisfacen sus necesidades. Un salario justo y competitivo proporciona a los empleados una sensación de seguridad financiera, cuando el empleado se siente satisfecho con su salario, están más motivados para desempeñar bien su trabajo.

Si una organización consigue crear un entorno de trabajo adecuado, los empleados estarán motivados y comprometidos (Mamani-Huaman, 2023). Al ofrecer servicios y beneficios adicionales, las organizaciones no sólo pueden atraer talento, sino también aumentar el compromiso y la retención de los empleados, creando un entorno de trabajo más estable y satisfactorio en el que los empleados valoran estos beneficios y quieren quedarse más tiempo. (Rodríguez y Roque, 2022).

Un buen entorno de trabajo aumenta la motivación y el compromiso de los empleados. Ofrecer servicios y prestaciones adicionales ayuda a atraer y retener a empleados con talento, creando un entorno de trabajo más estable y gratificante en el que los empleados valoran las prestaciones y deciden quedarse a largo plazo.

La estructura y la gestión de las retribuciones no sólo configuran la percepción que los empleados tienen de su trabajo, sino que también influyen significativamente en su motivación, satisfacción y nivel de compromiso con la organización (Mejía et al, 2024). La motivación está indisolublemente ligada al comportamiento humano y este vínculo significa que el comportamiento está influido por una combinación de factores internos y externos (Lauro et al., 2024) al ser una población pequeña, no se consideró tener un tamaño de muestra. Se utilizó un formulario de Google y para su difusión el grupo de WhatsApp de la entidad. Se analizó la información utilizando el SPSS versión 26. La investigación es cuantitativa de tipo correlacional. Comprende dos variables: motivación y desempeño laboral. Se utilizó un cuestionario con 15 elementos implementados por medio de la escala de Likert tipo cinco, la validación del instrumento se realizó, por dos vías, por juicio de tres expertos del rubro financiero y el Alfa de Cronbach (0.794).

La estructura salarial y la gestión no sólo afectan a la percepción que los empleados tienen de su trabajo, sino que también tienen un impacto significativo en su motivación, satisfacción y compromiso con la organización. La motivación, estrechamente vinculada al comportamiento humano, depende de una combinación de factores internos y externos.

El salario emocional se ha explorado desde diferentes perspectivas y en diferentes contextos, lo que ha dado lugar a distintas definiciones, objetivos y componentes asociados (Rubio-Ávila, 2024). Aunque el salario justo sigue siendo atractivo para los empleados, no son el único factor de motivación. Por ello, las empresas ofrecen otro tipo de compensación, las llamadas recompensas emocionales (Sandoval-Campos, 2023).

Los beneficios intangibles se han estudiado desde diferentes perspectivas y en diferentes contextos, con distintas interpretaciones y enfoques sobre el significado, la finalidad y los componentes de los beneficios intangibles. Tradicionalmente, las remuneraciones justas han sido el principal factor de motivación de los empleados, pero ahora se reconoce que las compensaciones intangibles, como el reconocimiento, el desarrollo profesional, la conciliación de la vida laboral y personal y un entorno de trabajo positivo, también desempeñan un papel importante en la motivación y la satisfacción de los empleados.

El salario puede influir en el compromiso organizacional de los empleados. Aunque las recompensas monetarias son importantes, hay otros factores que también pueden influir y determinar la productividad de los empleados (López et al., 2024). Dada la actual situación económica de Perú, el salario que reciben los trabajadores por un día de trabajo es uno de los principales incentivos por la cual los empleados se esfuerzan (Gutierrez y Mosquera, 2023).

Dicho esto, dada la actual situación económica en Perú, el salario diario que reciben los trabajadores es uno de los principales factores que les motiva a comprometerse y trabajar duro. Esto sugiere que el salario juega un papel importante como incentivo para aumentar la productividad y el compromiso de los trabajadores en su trabajo diario.

En este contexto, el concepto de recompensas emocionales ha surgido como un concepto importante a la hora de explorar el impacto de las recompensas emocionales y psicológicas en el lugar de trabajo sobre el rendimiento de los empleados (Capera et al, 2023).

En Perú no valoraban el capital humano hasta el año 2020. Ya que las empresas que operan en el país no respetaban a sus empleados, porque se centraban principalmente en los salarios y otras formas de compensación (LUQUE, 2024).

En otras palabras, se centraron principalmente en los aspectos financieros y materiales de la relación laboral, descuidando otros aspectos como los beneficios, el desarrollo profesional y el reconocimiento, que son importantes para motivar y retener a los empleados.

La investigación es de enfoque cualitativo, de nivel exploratorio-descriptivo. La muestra de estudio estuvo conformada por 18 artículos que fueron indizado en Scopus, Scielo y otros. La técnica empleada en la investigación fue revisión de literatura científica, como técnica se empleó la revisión bibliográfica,

con instrumento fichas electrónica a través del gestor de referencias Mendeley. La investigación se distribuye en 01 categoría: Importancia del Salario para la Motivación y 02 subcategorías: Importancia de las Recompensas Emocionales y Reconocimiento del Valor del Capital Humano.

Es importante señalar que en la investigación cualitativa puede ser apropiado utilizar métodos o técnicas cuantitativos para abordar aspectos o variables que deben explicarse cuantitativamente (Quico, 2019). La metodología cualitativa ayuda a responder preguntas que podemos hacer mediante la investigación (Medrano y Nizama, 2020). La percepción de la realidad se entiende como un fenómeno en constante cambio, influido por el contexto y las interacciones entre los individuos (Calle-Mollo, 2023).

Para proporcionar un resultado claro de la investigación cualitativa sobre el impacto psicológico del salario en los empleados, organizamos los descubrimientos en categorías y subcategorías importantes planteadas en la metodología y los conceptos explorados en los artículos revisados. Varios autores han encontrado coincidencias en ciertos aspectos clave, lo cual indica que hay puntos comunes de acuerdo o hallazgos recurrentes entre los diferentes estudios revisados.

IMPORTANCIA DEL SALARIO PARA LA MOTIVACIÓN

Tabla 1

Importancia del Salario para la Motivación.

Autores	Opinión
Díaz (2024), Aviles-Peralta (2024), Noe y Chilon (2023), Mejía et al. (2024)	Los diferentes autores destacan que los salarios son un factor importante para motivar a los empleados. Unos salarios justos y competitivos garantizan la estabilidad económica, lo que a su vez aumenta la motivación y el rendimiento laboral.

Nota. En el siguiente cuadro se da a conocer la opinión de los autores sobre Importancia del salario para la motivación.

IMPORTANCIA DE LAS RECOMPENSAS EMOCIONALES

Tabla 2

Relevancia de las Recompensas Emocionales.

Autores	Opinión
Aviles-Peralta (2024), Sandoval-Campos (2023), Capera et al. (2023), Rubio-Ávila (2024)	Además del salario, los autores opinan que las compensaciones emocionales también son cruciales para la motivación y la satisfacción de los empleados. Factores como el reconocimiento, la autonomía y un buen ambiente de trabajo son muy valorados.

Nota. En el siguiente cuadro se da a conocer la opinión de los autores sobre Relevancia de las Recompensas Emocionales

IMPACTO EN EL COMPROMISO Y LA RETENCIÓN DE EMPLEADOS

Tabla 3

Impacto en el Compromiso y la Retención de Empleados.

Autores	Opinión
Mamani-Huaman (2023), Rodríguez y Roque (2022), López y Hernández (2024), Mejía et al. (2024)	Los autores subrayan que tanto los salarios, como las recompensas emocionales tienen un impacto significativo en el compromiso y la retención de los empleados. Ofrecer un paquete retributivo equilibrado puede atraer talento y mantener un entorno laboral estable y satisfactorio.

Nota. En el siguiente cuadro se da a conocer la opinión de los autores sobre Impacto en el Compromiso y la Retención de Empleados.

NECESIDAD DE UN ENFOQUE INTEGRAL EN LA GESTIÓN DE RETRIBUCIONES

Tabla 04

Necesidad de un Enfoque Integral en la Gestión de Retribuciones.

Autores	Opinión
Mejía et al. (2024), Lauro et al. (2024), LUQUE (2024)	Los autores sostienen que las estructuras y la gestión de la remuneración deben abordar las necesidades financieras, emocionales y psicológicas de los empleados para maximizar la motivación y el compromiso.

Nota. En el siguiente cuadro se da a conocer la opinión de los autores sobre la Necesidad de un Enfoque Integral en la Gestión de Retribuciones.

RECONOCIMIENTO DEL VALOR DEL CAPITAL HUMANO

Tabla 5

Reconocimiento del Valor del Capital Humano.

Autores	Opinión
LUQUE (2024), Capera et al. (2023), Rodríguez y Roque (2022)	Los autores señalan que el reconocimiento y el respeto hacia el capital humano son esenciales. Las empresas deben valorar a sus empleados no solo por su contribución económica sino también por su bienestar emocional y psicológico.

Nota. En el siguiente cuadro se da a conocer la opinión de los autores sobre Reconocimiento del valor del capital humano.

La remuneración afecta tanto a la esfera económica como a la psicológica y tiene un impacto directo en la motivación, la satisfacción y el compromiso de los empleados. Los empleados valoran tanto una remuneración justa y competitiva como el reconocimiento no financiero, como el aprecio personal y la autonomía en el trabajo.

Un salario justo proporciona estabilidad económica, lo que a su vez aumenta la motivación y el rendimiento de los empleados.

Los empleados económicamente estables tienden a estar más motivados y satisfechos con su trabajo. Las recompensas emocionales, como un buen ambiente

de trabajo y beneficios, son muy valoradas y pueden aumentar el compromiso y la retención de los empleados.

Si bien las recompensas económicas son importantes para los empleados, no son los únicos factores de motivación. Las recompensas emocionales, como el reconocimiento por un trabajo bien hecho y un entorno laboral positivo, también desempeñan un papel importante en la satisfacción y la productividad de los empleados. Esto sugiere que, a la hora de desarrollar estrategias para motivar y retener a los empleados, las organizaciones deben mirar más allá de los aspectos financieros y considerar cómo crear un entorno en el que los empleados se sientan valorados, respetados y motivados para hacer una contribución significativa.

En la actual coyuntura económica peruana, el salario diario es un motivador importante, pero las recompensas emocionales y el respeto por el capital humano, en algunos casos lo son más.

La investigación cualitativa muestra que, mientras que el salario sigue siendo un factor clave para la motivación y la satisfacción de los empleados, las recompensas emocionales y psicológicas también tienen un impacto significativo. Las organizaciones que logran equilibrar estos aspectos pueden crear un entorno de trabajo más motivador y satisfactorio, lo que a su vez mejora el desempeño y la retención de empleados.

Se comparte la opinión de Solís y Burgos (2023) Argumenta que las empresas que ofrecen un salario fijo acorde con el trabajo que realizan pueden influir en el compromiso de los empleados al satisfacer sus necesidades. Otro aspecto de la motivación que afecta al rendimiento de los empleados es la realización profesional. Esta última está relacionada con la consecución de objetivos en una trayectoria profesional. Por otra parte (Ordoñez-Rodas, 2023) menciona que, en el pasado, predominaba la tendencia a evaluar las oportunidades de empleo principalmente en términos de retribución monetaria e ignorar aspectos importantes como el bienestar general y el desarrollo de los empleados.

Hoy, sin embargo, se tiende a adoptar un enfoque más holístico, reconociendo la importancia de tener en cuenta múltiples factores a la hora de motivar a los empleados. Debido a que no sólo se trata de ofrecer una remuneración competitiva, sino también de crear un entorno de trabajo que fomente la satisfacción personal, el desarrollo profesional y el sentimiento de pertenencia, contribuyendo a crear un clima organizativo favorable y productivo.

En la actualidad, el creciente interés por el bienestar psicológico ha llevado a considerar cada vez más la salud mental desde una perspectiva salutogénica. (Cano-García et al., 2023). El movimiento salutogénico de salud mental hace resaltar en la importancia de crear un entorno propicio para la salud y el bienestar psicológicos, no sólo interviniendo sobre un problema, sino también reforzando los recursos que favorecen el florecimiento humano.

CONCLUSIONES

El salario desempeña un papel clave en la motivación y el rendimiento de los empleados y van más allá de las compensaciones económicas para abordar las necesidades emocionales y psicológicas. Un salario justas y competitivas no sólo proporcionan seguridad económica, sino que también fomentan el reconocimiento y la autonomía, factores clave para mantener la motivación y el compromiso de los empleados. Un entorno de trabajo favorable, complementado con beneficios adicionales, puede contribuir a la retención y productividad del personal y reflejar una mejor relación calidad-precio.

La gestión adecuada de las remuneraciones, incluidas las económicas y emocionales, es esencial para influir positivamente en el reconocimiento y la satisfacción de los empleados. Aunque el salario sigue siendo una herramienta clave de motivación en el actual clima económico de Perú, la integración de los incentivos no monetarios muestra que las empresas están adoptando un enfoque más holístico y humano hacia sus empleados.

Este estudio cualitativo destaca la importancia de tener en cuenta tanto los aspectos económicos como psicológicos de las remuneraciones, lo que permite comprender mejor cómo estos factores afectan al compromiso y la motivación de los empleados en un entorno laboral cambiante.

REFERENCIAS

- Aviles-Peralta, Y. (2024). Emotional Salary: beyond traditional compensation. *Región Científica*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.58763/rc2024191>
- Calle-Mollo, S. E. (2023). Diseños de investigación cualitativa y cuantitativa. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 1865–1879. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7016
- Cano-García, M., Ruiz-Blandón, D. A., Vergara-Vélez, I., y Chaverra-Gil, L. C. (2023). Impact of Job Stress on the Psychological Well-Being of the Staff of a Public Hospital in Medellín, Colombia. *Ciencia y Enfermería*, 29. <https://doi.org/10.29393/ce29-31iemv50031>

- Capera et al. (2023). Influencia del salario emocional en el desempeño de los trabajadores de la empresa SUMATEC S.A.S. *Universidad Cooperativa de Colombia Programa de Administración de Empresas Ibagué, Junio de 2023*, 4(1), 88–100. <chrome-extension://efaidnbnmnihpcajpcglclefindmkaj/https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/c9b15790-8dbb-4b88-bb81-3fb584baa0046/content>
- Díaz. (2024). *Gerencia regional de agricultura*. <https://doi.org/https://orcid.org/0000-0002-7936-2674>
- Gutiérrez y Mosquera. (2023). Carrera de ADMINISTRACIÓN “ LA MOTIVACIÓN LABORAL Y DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DEL GRAN Tarma” Tesis para optar al título profesional de : *Universidad Privada Del Norte*. <https://hdl.handle.net/11537/35883>
- López et al. (2024). SALARIO EMOCIONAL EN EMPRESAS PALMERAS DE LOS LLANOS ORIENTALES. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24. http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB_2.pdf
- LUQUE. (2024). “SISTEMA DE COMPENSACIÓN SALARIAL Y DESEMPEÑO LABORAL DE LOS TRABAJADORES DE LA COOPERATIVA MINERALI-MATALIMITADA, PERIODO 2022.” *UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS FACULTAD DE CIENCIAS ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS*, 116. <http://repositorio.upsc.edu.pe/handle/UPSC/4523>
- Mamani-Huaman. (2023). *Escuela Profesional de*. 1–14. <http://repositorio.uan.edu.co/bitstream/123456789/2595/7/2020JoseJavierRodriguezAscanio.pdf>
- Medrano y Nizama. (2020). El Enfoque Cualitativo En La Investigación Jurídica,. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*, 38(2), 69–90. <https://doi.org/0000-0003-2804-7508>
- Mejía et al. (2024). Impacto de la compensación salarial en el desempeño laboral: Caso Empresa Distribuciones Díaz, Chota. *Revista Reflexiones de La Sociedad y Economía*, 1(1), 23–33. <https://doi.org/10.62776/rse/v1i1.2>
- Ordoñez-Rodas. (2023). *RELACIÓN DEL SALARIO EMOCIONAL Y LA MOTIVACIÓN LABORAL EN UNA EMPRESA DE RECLUTAMIENTO, CHICLAYO-2023*. <https://doi.org/https://orcid.org/0000-0002-7154-6698> Asesor:
- Quico*, A. V. (n.d.). *Fundamentos y metodología de la investigación cualitativa Fundamentos epistemológicos*. 1–19.
- Rodríguez y Roque. (2022). El salario emocional y la satisfacción laboral. *Impulso, Revista de Administración*, 2(3), 23–35. <https://doi.org/10.59659/impulso.v.2i3.12>
- Rubio-Ávila. (2024). *CONCEPTUAL ELEMENTS OF THE PHILOSOPHICAL PERSPECTIVES OF KNOWLEDGE FOR THE STUDY OF EMOTIONAL SALARY*. 8(17), 96–103. <https://doi.org/https://doi.org/10.53877/rc.8.17.20240101.8>
- Sandoval-Campos. (2023). Salario emocional en la motivación laboral del personal asistencial de un hospital nivel III en Lima, 2023. *ESCUELA DE POSGRADO PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA SALUD*, 1–74. <https://doi.org/orcid.org/0000-0002-3650-1347>
- Solís y Burgos. (2023). Salario emocional en la satisfacción laboral de empleados de PYMES. Revisión bibliográfica. *Podium*, 43, 163–176. <https://doi.org/10.31095/podium.2023.43.10>

CAPITULO VII

LA REALIDAD AUMENTADA: UNA ESTRATEGIA DE NEGOCIO PARA EL COMPLEJO ARQUEOLÓGICO DE TARMATAMBO

Jennifer Estefane Vega-Sanchez

 Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, Perú

 0009-0003-5717-4044

 71715032@unaat.edu.pe

Actualmente el mundo está siendo más tecnológico por ello en el Perú muchos sitios de atractivo turístico están implementando la realidad aumentada como una herramienta que lleva a cabo la visualización de gráficos virtuales para generar beneficios económicos, por ello el Complejo Arqueológico de Tarmatambo ubicado en Tarma fue uno de los principales centros administrativos incas en el centro del país, en dicho lugar se habría ubicado la capital de la cultura Tarama. Se sabe que Francisco Pizarro durmió aquí mientras viajaba a Cusco. Por ello, evaluaremos las estrategias de negocios en dicho centro arqueológico encaminados a modelar las mejores prácticas turísticas de la zona y dichos beneficios económicos, no repercuten negativamente en esta actividad cultural.

Según Velásquez (2020) la RA es una nueva técnica muy útil, derivada de la realidad virtual, que combina la visión en detalle, la información y la interacción. Mientras que la realidad virtual transporta todos nuestros sentidos a un mundo nuevo, la RA extiende lo que vemos y oímos. Berrios, (2020) “la RA se puede definir como una tecnología para fusionar el entorno real con un entorno virtual y se basa en la sobreimpresión de objetos virtuales sobre la realidad en tiempo real”.

Cenepo (2022) menciona que la RA está siendo implementado en todos los ámbitos, por ello las aplicaciones móviles para smartphones y tablets son las herramientas claves y actualmente lo están implementando como un producto que ofrece experiencias en el entretenimiento. Díaz y Vilca, (2019) “la RA consiste en aumentar la información de la realidad existente con información ajena a esta, en consecuencia, la RA potencia la percepción del usuario de la realidad mediante la agregación de elementos virtuales”. Según Pérez, (2021) la RA son tecnologías que permiten la superposición en tiempo real de imágenes, marcadores o información creados virtualmente sobre imágenes del mundo real. De esta manera se crea un entorno en el que la información y los objetos virtuales se fusionan con los objetos reales, lo que hace que la experiencia del usuario parezca parte de la realidad cotidiana. (p.16).

Según Rigueros (2016 p. 50) citado por Brun y Berastegui (2020 p.27) dice que la revolución de las tecnologías de la información ha transformado la forma en la que vemos, conocemos, disfrutamos y percibimos el mundo. La RA hace parte de esta revolución y es aquella la que permite conocer, ver y conectarnos con el mundo de una forma moderna, donde es posible anteponer al mundo físico con información virtual engrandeciendo, mejorándolo si desde un punto de vista más digital.

El término RA identifica a “un tipo de realidad mixta formada por la integración coherente con la realidad física y en tiempo real de una capa de información digital que puede ser diversa (texto, símbolos, audio, vídeo y/u objetos tridimensionales) y con la que es posible la interacción, con el resultado de enriquecer o alterar la información de la realidad física en la que se integra” (Cabero y García, 2016, p. 15 citado por Cerdá et al., 2022, p.03).

Según Cuenca (2019) “la RA es una tecnología poco utilizada en los entornos interactivos, ya que no se dispone de aplicaciones libres a disposición, con la finalidad de mejorar este proceso se propone la plataforma web”. “La RA es una herramienta que está cambiando la forma de visitar y conocer los destinos turísticos y, por ende, utilizada correctamente, favorece el posicionamiento y la imagen que se tiene del territorio” (González, 2019). Para Chicaiza et al. (2022) el objetivo de la realidad aumentada es “aumentar” nuestra percepción del mundo real permitiendo a los usuarios percibirlo “aumentado” con determinados objetos virtuales, es decir, creados por ordenador. Los antiguos medios didácticos de enseñanza de las ciencias, en los que sólo hay imágenes a través de fotografías o, en el mejor de los casos, con algún vídeo explicativo, se actualizarán de forma evidente.

López et al., (2019) evalúa esta tecnología emergente conocida como RA como la combinación de información física y virtual para generar una nueva realidad. De este modo, es posible aumentar lo que captan nuestros sentidos, lo que posibilita la generación de imágenes tridimensionales. Por este motivo se convierte en una gran alternativa para el aprendizaje en diversos campos.

San Pedro et al. (2019) “La RA es fundamental para que en los espacios de ocio se pueden incluir museos, rutas turísticas, yacimientos arqueológicos y lugares históricos, con un enorme potencial didáctico” (p.56). “La RA es una tecnología que permite al usuario interactuar con objetos del mundo real por medio de aplicaciones, entrelazando el mundo virtual con el real, de esta forma las personas obtienen una experiencia más completa y realista” (Rey y Quijano, 2020, p.18).

Según Arrunategui (2019) teniendo en cuenta que la RA se define como la fusión de un mundo real y un mundo virtual a través de una pantalla gracias a los teléfonos inteligentes y las cámaras. “Consiste en aumentar la información de la realidad existente con información ajena a esta, y en concreto, con información digital. La realidad aumentada potencia la percepción del usuario de la realidad mediante la agregación de elementos virtuales” (Díaz y Vilca, 2019, p.29).

Según Moreno y Ccatamayo (2019) la tecnología de RA como aliado para revalorizar una zona arqueológica. En Lima son pocos los estudios que hay sobre el tema, en gran medida se dirigen a temas relacionados con el turismo y concientización, pero no desde esta perspectiva. Define que la necesidad de incluir el centro arqueológico en la realidad aumentada surge para mejorar su difusión. De este modo, y con la ayuda de estas herramientas, se consigue superar la concepción, gestión y difusión del centro arqueológico como un componente vinculado a la historia del arte (Santacana y Masrera, 2012 p. 30 citado por Martínez, 2021, p.12).

“Esto indica que con la búsqueda de estrategias el usuario podrá comprender mejor cómo enfrentarse a la realidad mejorada y pudiera relacionarla con las realidades virtuales por medio de aplicativos móviles” (Sánchez et al., 2021). Con la implantación del proyecto de software en la zona arqueológica será una experiencia apoyada por la innovación tecnológica, logrando una experiencia junto con la historia y la cultura para comprender las estructuras monumentales del sitio arqueológico.

En síntesis, el objetivo de la investigación es ¿Evaluar el potencial de la realidad aumentada como estrategia de negocio para la promoción del Centro Arqueológico de Tarmatambo?, porque la RA puede ser una estrategia de negocio

muy efectiva para un centro arqueológico al mejorar la experiencia del visitante, facilitar la educación y la divulgación, contribuir a la conservación del patrimonio, apoyar la investigación arqueológica.

El presente estudio fue de un enfoque cualitativo, de diseño narrativo, distribuido en dos categorías, la primera es la realidad aumentada (RA) y la segunda estrategia de negocio, cada categoría tiene 03 subcategorías en la primera: Experiencia del visitante, conservación del patrimonio, factores contextuales y culturales; en la segunda subcategoría: Objetivos empresariales, modelo de negocio e innovación; por ello, se utilizó la técnica de investigación entrevista estructurada con instrumento guía de entrevistas de 06 preguntas, 01 de cada subcategoría, el procesamiento de la investigación se desarrolló con el software ATLAS.ti9, y el gestor de referencias Mendeley, permitiendo una triangulación de datos.

Según Ramos, (2020) en el estudio cualitativo, se proponen diseños basados en análisis lingüísticos que lleguen a una construcción de un paradigma codificado, que represente la construcción de la realidad a la que se llega mediante la interacción subjetiva con los participantes. De igual manera, se puede ascender a una mayor comprensión del fenómeno en estudios de tipo etnográficos, en donde el investigador puede vivenciar los elementos esenciales de su investigación.

Tabla 1

Operacionalización de la categoría 1 y 2: Realidad aumentada y estrategia de negocio.

Categoría	Definición conceptual	Definición Operacional	Sub-Categoría	Técnica: Entrevista
C1: Realidad Aumentada	La realidad aumentada (RA) es una tecnología que combina elementos del mundo real con elementos virtuales generados por computadora. A través de dispositivos como teléfonos inteligentes, tabletas o gafas especiales, la RA superpone información digital, como imágenes, videos o texto, en el entorno físico del usuario.	En esta investigación la categoría es (Realidad Aumentada) la cual se estimará mediante una entrevista, la cual está constituida por 3 preguntas teniendo en cuenta las subcategorías.	C1.SC1: Experiencia del Visitante.	Técnica: Entrevista. Instrumento: Guía de Entrevista.
			C1.SC2: Conservación del Patrimonio.	Técnica: Entrevista. Instrumento: Guía de Entrevista.
			C1.SC3: Factores Contextuales y Culturales.	Técnica: Entrevista. Instrumento: Guía de Entrevista.

C2: Estrategia de Negocio	Una estrategia empresarial es un plan global que una organización desarrolla para alcanzar sus objetivos a largo plazo y obtener una ventaja competitiva en su sector o mercado. Esta estrategia establece la dirección general de la empresa y ofrece un marco para la toma de decisiones a todos los niveles de la organización.	En esta investigación la categoría es (Estrategia de Negocio) la cual se estimará mediante una entrevista, la cual está constituida por 3 preguntas teniendo en cuenta las subcategorías.	C2.SC1: Objetivos Empresariales C2.SC2 Modelo de Negocio; C2.SC3: Innovación	Técnica: Entrevista. Instrumento: Guía de Entrevista. Técnica: Entrevista. Instrumento: Guía de Entrevista. Técnica: Entrevista. Instrumento: Guía de Entrevista.
---------------------------	--	---	--	--

Resultados de la primera categoría es la Realidad Aumentada y las subcategorías experiencia del visitante, conservación del Patrimonio, factores Contextuales y Culturales.

Figura 1

Experiencia del visitante: ¿Cómo la RA puede contribuir a la preservación digital y física del patrimonio arqueológico?

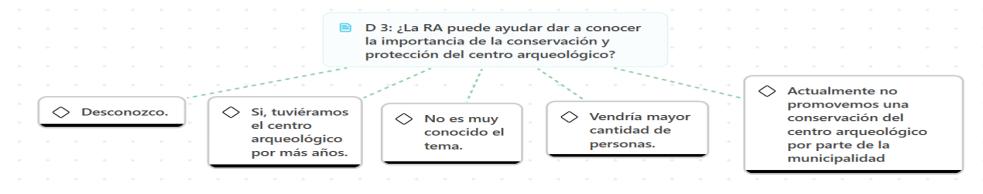


Respecto a la pregunta muchos de los pobladores desconocen sobre la RA, y su contribución con la preservación física, sin embargo, explicándole el contexto afirman que si tomamos en cuenta para una estrategia de negocio no sería factible porque las personas solo optarían por ver el centro arqueológico desde la comunidad de sus hogares y ya no visitarían el centro arqueológico por ello bajaría la afluencia de turistas y por ende las ventas. Por ello según (Cuenca, 2019) “La RA es una tecnología poco utilizada en los entornos interactivos, ya que la finalidad de mejorar este proceso se propone la plataforma web”. Si bien la RA puede aumentar la visibilidad y el atractivo del complejo arqueológico, también plantea desafíos en términos de conservación y gestión del sitio; sin embargo, actualmente el boom es las plataformas web y la realidad aumentada pasa a un

segundo plano, pero si fuera factible buscar una estrategia innovadora que sobrepase fronteras y dar a conocer nuestros centros turísticos de la Ciudad de Tarma así logrando su preservación durante muchos años.

Figura 2

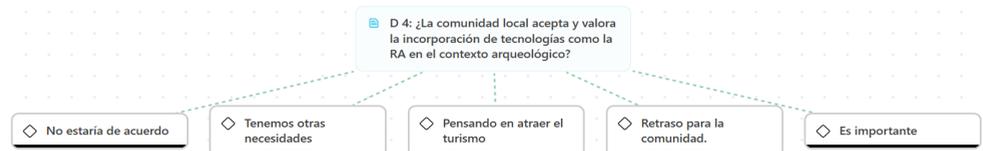
Conservación del patrimonio: ¿La RA puede ayudar a concienciar sobre la importancia de la conservación y protección del patrimonio arqueológico?



Respecto a la interrogante los pobladores se encuentra en dudas como les beneficiarían porque actualmente la municipalidad de Tarmatambo no propone una conservación del centro arqueológico y se encuentra en mal estado por otro lado los pobladores algunos pobladores si se encuentran de acuerdo con la propuesta porque sería una contribución con ellos y con el centro arqueológico según (Romero, 2023) “Gracias a las técnicas de la RA se espera aportar al turista información ampliada acerca de los orígenes y evolución del territorio” entonces al integrar la RA contribuye con sistemas de monitoreo ambiental, se pueden crear herramientas para ayudar en la conservación física del sitio. Por ejemplo, sensores de temperatura y humedad podrían alertar sobre condiciones que podrían dañar las estructuras arqueológicas, y los datos podrían visualizarse a través de aplicaciones de realidad aumentada para una mejor comprensión y acción.

Figura 3

Factores contextuales y culturales: ¿La comunidad local acepta y valora la incorporación de tecnologías como la RA en el contexto arqueológico?



Resolviendo la pregunta nosotros podemos observar que la mayoría de los pobladores desean que la municipalidad cubra sus necesidades mas no optarían por buscar estrategias de negocios implementando la RA en el centro arqueológico.

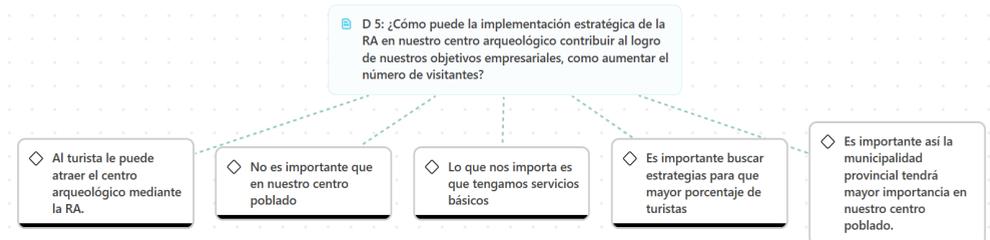
lógico de Tarmatambo. Se entiende según López et al., (2019) “la RA combina información física y virtual para generar una nueva realidad”. Por este motivo se convierte en una gran alternativa nosotros con la RA podemos atraer a turistas así para repotenciar el centro arqueológico y que los pobladores tengan oportunidades de negocios y puedan mejorar el nivel económico.

Según Rey y Quijano (2020) “Se desarrolló una aplicación que selecciona los mejores sitios arqueológicos, lo que facilita la visualización de la información relacionada”. Sin embargo, existe la preocupación de que la dependencia de la tecnología pueda reducir la autenticidad y la apreciación genuina del patrimonio cultural, especialmente entre los visitantes que prefieren experiencias más tradicionales.

Resultados de la segunda categoría estrategias de negocios y subcategorías objetivos empresariales, modelo de negocio e innovación

Figura 4

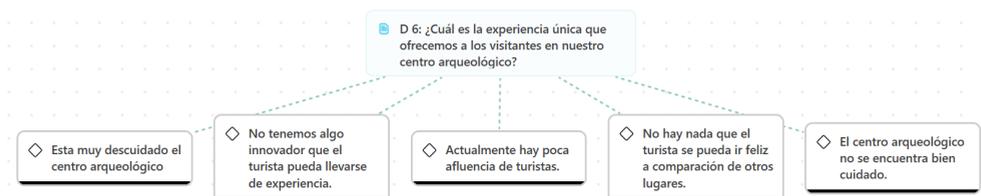
Objetivos empresariales: ¿Cómo puede la implementación estratégica de la RA en nuestro centro Arqueológico contribuir al logro de nuestros objetivos empresariales, como aumentar el número de visitantes?



Los pobladores no creen que pueda ser importante buscar estrategias de negocios, mediante la RA para el centro turístico porque ellos desean que solo cubran sus necesidades y la economía depende de la agricultura más no del centro arqueológico de Tarmatambo. Según Rey y Quijano, (2020) “la RA es una tecnología que permite al usuario interactuar con objetos del mundo real por medio de aplicaciones, entrelazando el mundo virtual con el real, de esta forma las personas obtienen una experiencia más completa y realista”, por ello la RA ha demostrado ser efectiva para mejorar la experiencia de los visitantes al permitirles interactuar de manera más profunda y educativa con el patrimonio arqueológico. Esto abre nuevas posibilidades para la educación y la divulgación cultural, al proporcionar información detallada y visualmente atractiva sobre los sitios históricos.

Figura 5

Modelo de negocio: ¿Cuál es la experiencia única que ofrecemos a los visitantes en nuestro centro arqueológico?

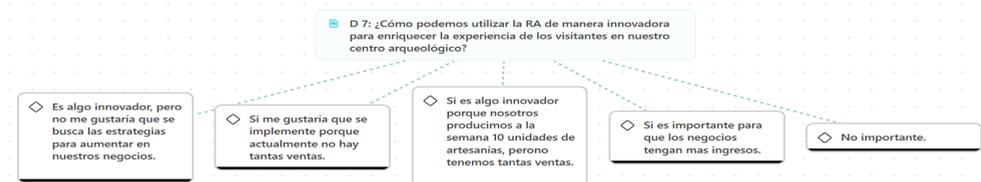


Las respuestas de los pobladores no creen el complejo arqueológico de Tarmatambo tenga una experiencia única, por ende, los turistas se van sin cumplir las expectativas porque le falta mantenimiento. (Sánchez et al., 2021) “Con la implantación del proyecto de software en la zona arqueológica será una experiencia apoyada por la innovación tecnológica, logrando una experiencia junto con la historia y la cultura” por ello los pobladores deben tener mayor interés y aprovechar su complejo arqueológico para crear estrategias de negocios.

La realidad aumentada (RA) como estrategia de negocio para la promoción del complejo arqueológico ha demostrado ser altamente efectiva, porque te ofrece una experiencia inmersiva y educativa que enriquece la visita de los turistas al complejo arqueológico. Mediante el uso de dispositivos móviles, los visitantes pueden explorar digitalmente reconstrucciones tridimensionales de estructuras históricas, acceder a información detallada sobre la historia y el contexto cultural de cada sitio, y participar en recorridos guiados interactivos. Esto no solo mejora la comprensión y apreciación de los visitantes hacia el patrimonio arqueológico, sino que también prolonga su estadía en el complejo.

Figura 6

Innovación: ¿Cómo podemos utilizar la RA de manera innovadora para enriquecer la experiencia de los visitantes en nuestro centro arqueológico?



Los pobladores que tienen un negocio creen que sea factible buscar las estrategias de implementación para mejorar sus negocios. Según Reyes y Soberanes,

(2022) “las empresas comerciales buscan participar en el mundo digital a través de herramientas tecnológicas para presentar ideas innovadoras por lo que la RA ayuda a su crecimiento” es importante buscar ideas innovadoras y repotenciar al turismo y por ende a la actividad económica, ejemplo desarrollar una aplicación móvil que ofrezca recorridos guiados en realidad aumentada por el centro arqueológico. Los visitantes pueden apuntar sus dispositivos hacia estructuras y artefactos para recibir información detallada en forma de texto, imágenes y videos superpuestos en tiempo real.

La implementación de la RA como estrategia de negocio no solo fortalece la posición competitiva del complejo arqueológico en el mercado turístico global, sino que también contribuye a la conservación y preservación del patrimonio cultural. Al promover un turismo más responsable y educativo, la RA fomenta el respeto por la historia y la cultura local, mientras genera ingresos adicionales que pueden reinvertirse en la gestión y mantenimiento del sitio arqueológico. En conjunto, estos resultados subrayan la efectividad de la realidad aumentada como una herramienta poderosa para la promoción sostenible y el desarrollo económico de los complejos arqueológicos en la era digital.

CONCLUSIONES

La realidad aumentada (RA) emerge como una estrategia de negocio altamente prometedora para la promoción y conservación de complejos arqueológicos. Este estudio ha demostrado que la RA puede transformar la experiencia del visitante al proporcionar una interacción más profunda y educativa con el patrimonio arqueológico, enriqueciendo así la comprensión y aprecio del público hacia la historia y cultura locales. Al ofrecer reconstrucciones tridimensionales, recorridos guiados interactivos y acceso a información detallada sobre los sitios históricos, la RA no solo mejora la accesibilidad y personalización de la experiencia turística, sino que también prolonga la estadía de los visitantes, generando un impacto positivo en los ingresos y sostenibilidad financiera del complejo arqueológico.

Sin embargo, la implementación efectiva de la RA enfrenta desafíos significativos que requieren atención. En primer lugar, la dependencia de la tecnología digital puede ampliar la brecha digital y limitar el acceso de ciertos grupos de visitantes, especialmente en regiones menos desarrolladas o con recursos tecnológicos limitados. Es crucial desarrollar estrategias inclusivas que garanticen que todos los visitantes puedan beneficiarse de las aplicaciones de RA de manera

equitativa. Además, la gestión y conservación del patrimonio arqueológico deben ser prioritarias para mitigar cualquier impacto negativo del turismo digital en los sitios históricos y su entorno natural. Esto incluye la implementación de políticas de preservación ambiental y cultural que equilibren la innovación tecnológica con la protección a largo plazo del patrimonio.

Además, el objetivo a la investigación fue ¿Evaluar el potencial de la realidad aumentada como estrategia de negocio para la promoción del Centro Arqueológico de Tarmatambo? Comprobamos que tiene un potencial significativo como estrategia de negocio para promover el Centro Arqueológico de Tarmatambo. Mediante la integración de RA en la experiencia del visitante, se puede ofrecer una interpretación interactiva y educativa del sitio, permitiendo a los usuarios explorar reconstrucciones digitales de estructuras antiguas y artefactos, incluso desde ubicaciones remotas. Asimismo, la RA proporciona herramientas de marketing innovadoras que aumentan la visibilidad del complejo arqueológico en plataformas digitales y redes sociales. La creación de contenido interactivo y compartible genera un mayor interés y participación en línea, atrayendo nuevos visitantes y promoviendo el turismo cultural de manera efectiva.

Finalmente, la RA representa una herramienta poderosa para la promoción sostenible de complejos arqueológicos, integrando la tecnología moderna con la preservación del patrimonio cultural. A medida que avanzamos hacia un futuro digital, es esencial seguir investigando y desarrollando prácticas que maximicen los beneficios de la RA mientras se abordan sus desafíos asociados, garantizando así que estos valiosos testimonios del pasado puedan ser disfrutados y aprendidos por las generaciones futuras.

REFERENCIAS

- Arrunategui, V. (2019). *Implementación de una aplicación móvil utilizando realidad aumentada para el desarrollo del turismo en la región de Tumbes - 2018*. [Universidad Católica los Ángeles Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/15022>
- Berrios, R. (2020). Realidad aumentada: Uso estratégico en comercialización y educación. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 24(2), 217–237. <https://doi.org/10.17979/redma.2020.24.2.7120>
- Brun, W., y Berastegui, E. (2020). *Creación de una estrategia para el fortalecimiento de la identidad ancestral de la cultura zenú en el departamento de córdoba utilizando tecnologías de realidad aumentada*. <https://repositorio.unicordoba.edu.co/handle/ucordoba/3901>

- Cenepo, L. (2022). *Implementación de una aplicación móvil con realidad aumentada para la promoción turística de la zona arqueológica monumental de Kotosh en la región Huánuco - 2022*. <https://hdl.handle.net/20.500.13080/8028>
- Cerdá, M., Mateo, D., y Álvarez, J. (2022). Educación patrimonial y aplicaciones de arqueología virtual en museos y yacimientos arqueológicos. *Human Review. International Humanities Review / Revista Internacional de Humanidades*, 11. <https://doi.org/10.37467/revhuman.v11.4254>
- Chicaiza, V., Padilla, R., Chicaiza, S., y Guanoluisa, L. (2022). Tecnología de Realidad Aumentada en el Inter - Aprendizaje. *Revista Científica Mundo de La Investigación y El Conocimiento*, 6(1), 145–155. [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(1\).ene.2022.145-155](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(1).ene.2022.145-155)
- Cuenca, Y. (2019). *Plataforma web para generar recursos de realidad aumentada en entorno interactivos de enseñanza y aprendizaje*. <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/27800>
- Díaz, R., y Vilca, M. (2019). *Aplicación Móvil de Realidad Aumentada en la Calidad de la Información del Recorrido Turístico de un sitio arqueológico de Trujillo*. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/23431>
- González, A. (2019). *Realidad aumentada con aprovechamiento turístico: Una aplicación para el camino real de la mesa (tramo somedano)*. <https://digibuo.uniovi.es/dspace/handle/10651/52703>
- López, C., Hormechea, K., González, L., y Camelo, Y. (2019). *Uso de la realidad aumentada como estrategia de aprendizaje para la enseñanza de las ciencias naturales*. <https://repository.ucc.edu.co/items/eaf24377-5971-4ce2-a109-3b933d6ddef8>
- Martínez, A. (2021). La realidad aumentada como recurso didáctico para la enseñanza y el aprendizaje del patrimonio histórico. El edificio del mosaico de los Amores del Conjunto Arqueológico de Cástulo (Linares, Jaén). *Revista UNES. Universidad, Escuela y Sociedad*, 10, 32–43. <https://doi.org/10.30827/unes.i10.18152>
- Moreno, V., y Ccatamayo, H. (2019). *Campaña social gráfica digital para la revalorización de la zona arqueológica El Paraíso en el distrito de San Martín de Porres – Lima*. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/2854>
- Peréz, C. (2021). *Estrategia de promoción para el turismo de entretenimiento mediante el uso de realidad aumentada en la ciudad de la paz*. <http://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/26976>
- Ramos, C. (2020). Alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1–6. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Rey, C., y Quijano, M. (2020). *Implementación de un sistema de realidad aumentada (AR) con UNITY que permita obtener información sobre artefactos históricos del museo guano de la UNAB, utilizando reconocimiento de imágenes*. <https://repositorio.unab.edu.co/handle/20.500.12749/14329>
- Reyes, J., y Soberanes, A. (2022). Diseño para incorporar realidad aumentada en el proceso de venta. *Revista Del Centro de Investigación de La Universidad La Salle*, 15(57), 133–158. <https://doi.org/10.26457/recein.v15i57.2977>

- Romero, M. (2023). *Estudio de viabilidad de la realidad virtual y la realidad aumentada para enriquecer las visitas al geoparque de Granada*. <https://udimundus.udima.es/handle/20.500.12226/2039>
- San Pedro, M., Villalustre, L., y Herrero, M. (2019). Diseño de un itinerario aumentado e interdisciplinar para la formación de maestros de educación primaria. *Eduotec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 68, 54–69. <https://doi.org/10.21556/edutec.2019.68.1293>
- Sánchez, O., Vidal, L., y Santiago, W. (2021). Modelo tridimensional con realidad aumentada para la promoción de la cultura Maya. *CTS EPISTEMUS*, 15(30), 1–10. <https://doi.org/10.36790/epistemus.v15i30.177>
- Velásquez, M. (2020). *Aplicación de tecnologías innovadoras y uso de la realidad aumentada para el fortalecimiento del turismo cultural de el salvador*. <http://redicces.org.sv/jspui/handle/10972/4221>

CAPITULO VIII

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS FACTORES QUE INCIDEN EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN RESTAURANTES DE TARMA

Joyce Coraima Campos-Jaime

 Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, Perú

 0009-0007-2456-7510

 77299734@unaat.edu.pe

La variada gastronomía de Tarma es el resultado del mestizaje y la fusión de su tradición preinca. Este aspecto culinario ha cobrado mayor importancia gracias al turismo, especialmente el religioso, la Semana Santa por ejemplo es famosa por sus procesiones llenas de fervor y sus alfombras de flores que embellecen la ciudad.

En enero 2024, el dinamismo de restaurantes creció 1,45% en comparación con el mismo mes del 2023, promovido por el desarrollo positiva de restaurantes, servicio de bebidas y otras actividades de servicio de comidas. En la misma línea el grupo de restaurantes anotó un aumento de 1,32%, amparado por la mayor demanda en las actividades de comidas rápidas, restaurantes, restaurantes turísticos, café restaurantes, picanterías, pollerías y pizzerías. También se apuntó un mayor dispendio de comida internacional, comida vegetariana, sandwicherías y comida criolla, por el servicio de delivery, marketing por redes sociales, remodelación e inauguración de locales (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2024).

Özdemir y Nilay (2020) en su investigación titulada: understanding the Relationship Between Physical Environment, Price Perception, Customer Satisfaction and Loyalty in Restaurants [Comprender la relación entre el entorno físico, la per-

cepción del precio, la satisfacción del cliente y la lealtad en los restaurantes] en los restaurantes no solo se compone de elementos tangibles, sino también de intangibles, como el servicio al cliente, el ambiente, la experiencia del cliente y sus expectativas, por lo que es importante recordar que el corazón de un restaurante son sus clientes.

Henrique de Freitas (2023) en su investigación titulada: *fatores de satisfação de clientes de restaurantes: uma revisão sistemática da literatura*. [Factores de satisfacción de los clientes de restaurantes: una revisión sistemática de la literatura] En los restaurantes, la limpieza y la calidad de las provisiones se consideran un atributo importante, al igual que algunos clientes tienen en cuenta el aspecto, el sabor, la variedad de la comida, la preparación y el valor nutritivo.

Ramos (2021) en su investigación realizada a restaurantes en Sullana (Perú) llegó a la conclusión que la calidad del servicio se relaciona considerablemente con la satisfacción de los clientes.

Pincay (2023) también llegó a afirmar que es importante para los restaurantes mantener un nivel alto en la calidad de servicio para hacerse competitiva, sin dejar de lado el estudio crítico de la satisfacción del cliente, ya que es significativo al momento que el cliente se decida por uno u otro servicio. Así mismo en Lima, Manrique (2023) declara que existe una relevante relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, seguido a ello, Enrique et al, (2023) consolida que la satisfacción del cliente hace que este recomiende el restaurante, ganando así una imagen positiva.

Por otro lado Monroy (2021) comenta que los clientes tienen un panorama complejo, por eso los restaurantes se encuentran en el desafío de mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

En estos tiempos, la satisfacción del cliente en los restaurantes es un indicador de reputación y éxito, los clientes tienen altas expectativas sobre la calidad del servicio, por lo que ofrecer una experiencia excepcional influye en su fidelidad y disposición para recomendar el lugar. Por lo que Loreña (2019) nos brinda otro panorama ya que indica que asegurar la lealtad del cliente es un foco que nos enciende la luz que estamos ofreciendo calidad de servicio.

En la misma línea Rojas (2023) menciona que la calidad de servicio al cliente actualmente es imprescindible para toda empresa que quiera sostenerse y perdurar, por ello, florecen estrategias que acarreen a su mejoramiento con la intención que los clientes terminen encantados con el servicio brindado, ellos aprecian si el servicio brindado cumple con sus expectativas, por ende, si cumple se obtendría un cliente pe-

riódico y ellos mismos proceden a recomendarla, restaurantes como el Turín y Daylo consideran las opiniones tanto positivas como negativas de sus comensales, ya que es la mejor manera de innovar su atención, tomándolo así como estrategia para mejorar su servicio como restaurantes, tejiendo así una lista de comensales satisfechos y leales.

Ante eso, Monge et al., (2019) sostiene que la calidad del servicio afecta directamente a la satisfacción del cliente esto gracias a las entrevistas realizadas a los turistas, conforme a esto Mendoza, (2021) valora y califica la calidad como una filosofía que todo restaurante debe hacer notar a sus clientes, dejando entender que si existe calidad las exigencias no resultan un problema sino una oportunidad para ganar clientes satisfechos.

Como afirma Villanueva (2021) las malas prácticas de los comensales suelen hacer que pierda calidad de servicio, sin embargo algunos restaurantes manejan una mala imagen por ejemplo al generar compromiso con sus clientes para dar propina lo cual genera insatisfacción, de acuerdo con Solis (2022) y la difícil tarea de no solamente entregar calidad de servicio a los clientes sino de generar en ellos valor, esto cobra relevancia ya que si no generas valor en el cliente, es perder todo, haciendo de todo.

También Gonzales y Huanca (2020) refieren que la satisfacción del servicio prepara terreno para el cliente desde sentir el buen trato por parte de los meseros, así como gozar de la limpieza, y estar en una atmósfera tranquila para disfrutar los alimentos. En consonancia con Bustamante (2023) comparte mesa con el servicio de los meseros hacia los comensales, precisa que hay que capacitarlos para que disfruten de un mejor desarrollo para alcanzar las expectativas de este.

En el mismo hilo Guevara (2021) considera que el mobiliario, instalación y decoración del restaurante influye en la percepción del cliente, ya que, al ingresar en un ambiente ordenado, se puede disfrutar mejor lo que se consume, dándole la mejor experiencia al cliente para que se convierta en un loyal customer.

En contraste con Fuentes et al, (2020) subraya que la satisfacción del cliente cambia en función al nuevo entorno de compartir, por lo que es necesario estudiar los deseos y necesidades ya que como todo está en constante tiempo, no siempre prevalece lo más típico, ahora los clientes buscan llenarse de experiencia, ya que dan valor al restaurante con su aprobación, caso contrario la desaprobación.

Seguido a ello, Rios y Villanueva Marcio (2023) tiene en claro que los restaurantes enfrentan una enorme provocación por el cambio en todo lo que el ser humano hace, para estos autores el significado de calidad de servicio está

en transmitir tranquilidad y comodidad con las instalaciones prestadas, sin embargo, esto es una parte del brazo de la calidad del servicio, porque influyen tantos aspectos que ni uno puede trabajar individual.

Los restaurantes estos sujetos sobre los elementos tangibles, estos causan impacto en la satisfacción del cliente. Huaman (2022) concluye que los clientes se mostraron satisfechos con este rollo tangible, excepto por los malos olores y temperatura.

Del mismo modo, Avila y Flores (2021) reconoce que los restaurantes son muy dinámicos y están en desarrollo, y por ende nacen exigencias más complejas, esto es igual a que los clientes no regresarían si tiene una experiencia negativa en función a la prestación de servicio, así como Puelles (2023) confirma en su investigación que algunos clientes tomarían el libro de reclamaciones donde drásticamente comentan que nunca mas regresarían y llevarán consigo testimonio negativo para las demás personas, siendo este un arma poderosa que juega en contra de los restaurantes.

Se fundamenta en una investigación explicativa de carácter cualitativo que tiene como objetivo saber la satisfacción que tienen los clientes en dos restaurantes de Tarma, Daylo S.A. y Turin E.I.R.L. y en sus cuatro sub categorías: 1. ambiente y servicio, 2. experiencia, 3. enfoque en el servicio y 4. precio. Siguiendo la metodología propuesta, se llevó a cabo entrevistas a 10 adultos y jóvenes, quienes brindaron su aporte oral informativo. Se plantean siete preguntas: ¿Qué aspectos del servicio te han impresionado más positivamente? ¿Por qué? ¿Cómo describirías tu experiencia en el restaurante? ¿Por qué? ¿Hay algún servicio o característica que crees que podrías agregar o mejorar para hacer que la experiencia en el restaurante sea aún mejor? ¿Hubo algún aspecto de tu visita que te decepcionó o que sentiste que podría haber sido mejorado? ¿Puedes describir cómo fue tu interacción con nuestro personal? ¿Hubo algún miembro del personal que te dejara una impresión especialmente positiva o negativa? ¿Hubo algún momento durante tu visita en el que te sentiste particularmente bien atendido o valorado como cliente? ¿Cuál fue ese momento? ¿Cómo evaluarías la calidad de los alimentos que recibiste? ¿Hubo algún plato que te pareciera especialmente destacado? ¿Tiene relación la calidad de la comida con el precio?

El análisis de los datos recopilados se llevará a cabo utilizando la herramienta informática ATLAS.ti 9. para identificar patrones, tendencias y posibles soluciones que puedan contribuir para mejorar la satisfacción que tienen los clientes en los restaurantes, Daylo S.A. y Turin E.I.R.L.

Tabla 1*Categorización de la variable satisfacción del cliente.*

Categoría	Subcategoría	Técnica: Entrevista
C1: Satisfacción del cliente.	C1.SC1= Ambiente y servicio	Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista.
	C1.SC2= Experiencia	Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista.
	C1.SC3= Enfoque en el servicio.	Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista.
	C1.SC4= Precio	Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista.

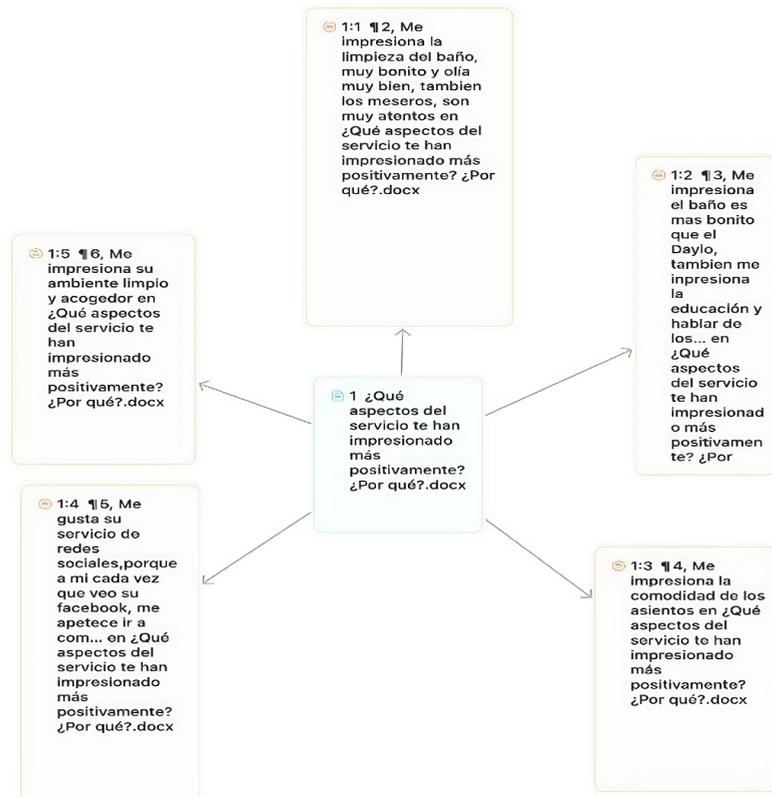
Tabla 2*Plan de entrevista.*

Categoría	Subcategoría	Pregunta
Satisfacción del cliente	Ambiente y servicio	1. ¿Qué aspectos del servicio te han impresionado más positivamente? ¿Por qué?
	Experiencia	2. ¿Cómo describirías tu experiencial en el restaurante? ¿Por qué?
		3. ¿Hay algún servicio o característica que crees que podrías agregar o mejorar para hacer que la experiencia en el restaurante sea aún mejor?
	Enfoque en el servicio	4. ¿Hubo algún aspecto de tu visita que te decepcionó o que sentiste que podría haber sido mejorado?
		5. ¿Puedes describir cómo fue tu interacción con nuestro personal? ¿Hubo algún miembro del personal que te dejara una impresión especialmente positiva o negativa?
Precio	Precio	6. ¿Hubo algún momento durante tu visita en el que te sentiste particularmente bien atendido o valorado como cliente? ¿Cuál fue ese momento?
		7. ¿Cómo evaluarías la calidad de los alimentos que recibiste? ¿Hubo algún plato que te pareciera especialmente destacado? ¿Tiene relacion la calidad de la comida con el precio?

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Figura 1

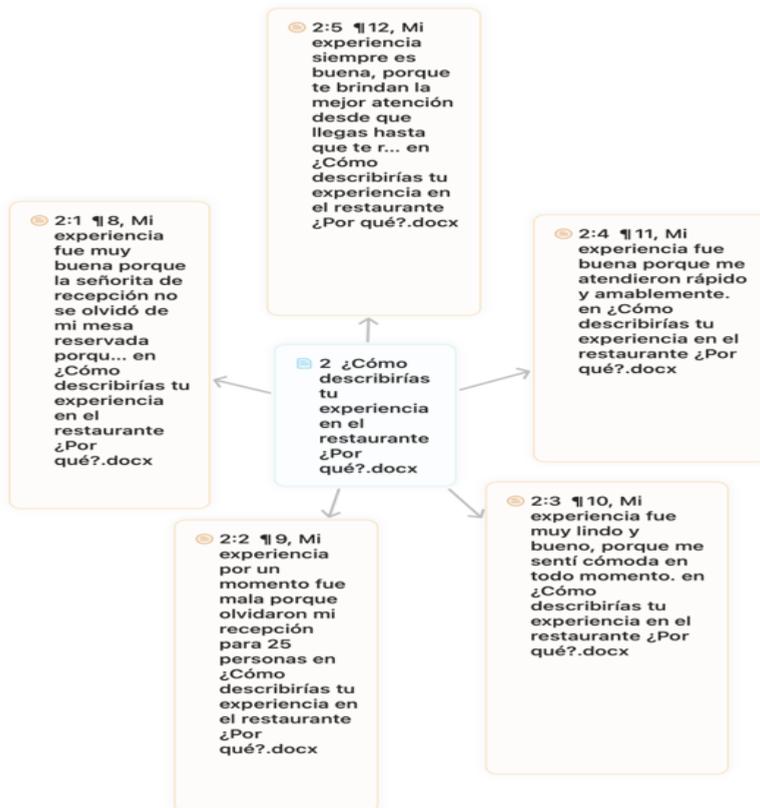
Resultados de la primera subcategoría. Ambiente y servicio en el restaurante TURIN.



La pregunta sobre los aspectos del servicio que han impresionado positivamente a los clientes, revela la importancia de los atributos tangibles porque rápidamente la apariencia física del restaurante afecta la inicial satisfacción de los clientes, como por ejemplo tener un cómodo mobiliario, o una cómoda infraestructura sin dejar de lado a los atributos intangibles como el uso de las redes sociales, cumpliendo a buena hora con estos detalles el restaurante TURIN por ello se coincide con Özdemir y Nilay (2020) es importante para los restaurantes enfocarse en conquistar al cliente por todos sus sentidos, en darles la comodidad para disfrutar de la comida para que se sienta encantado, ya que juegan un papel crucial en la satisfacción de los clientes.

Figura 2

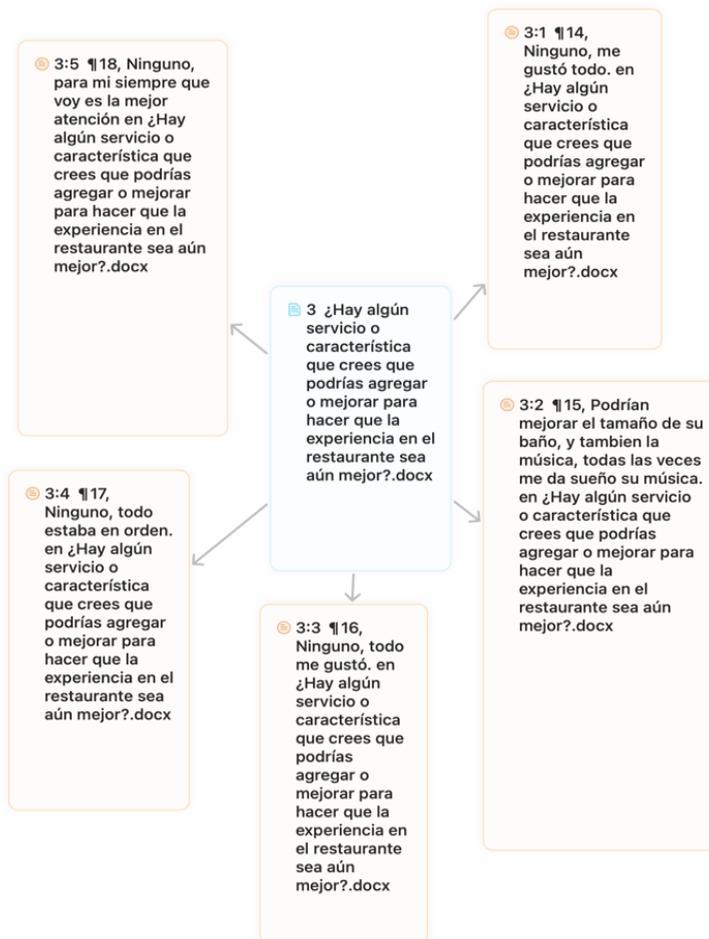
Resultados de la segunda subcategoría. Experiencia en el restaurante TURIN.



La pregunta sobre ¿Cómo describirías tu experiencia en el restaurante? confiesa que brindar una experiencia buena a los clientes tiene beneficios significativos, el detalle de obtener este resultado se ve en la lealtad del cliente, ya que es más importante que este consuma varias veces a que acceda solo una vez a nuestro restaurante, por lo que este concepto nos acerca a tener una ventaja competitiva frente a la competencia, parabién el restaurante TURIN alcanza la experiencia en sus clientes, de acuerdo con Bustamante, (2023) ofrecer una buena experiencia a los clientes reduce el número de quejas, fideliza a los clientes, mejora las recomendaciones personales, en consecuencia menos importante se goza de un incremento de ventas, entonces brindar una buena experiencia a los clientes no sólo satisface inmediatamente, sino que en una clave que contribuye al éxito a largo plazo del restaurante.

Figura 3

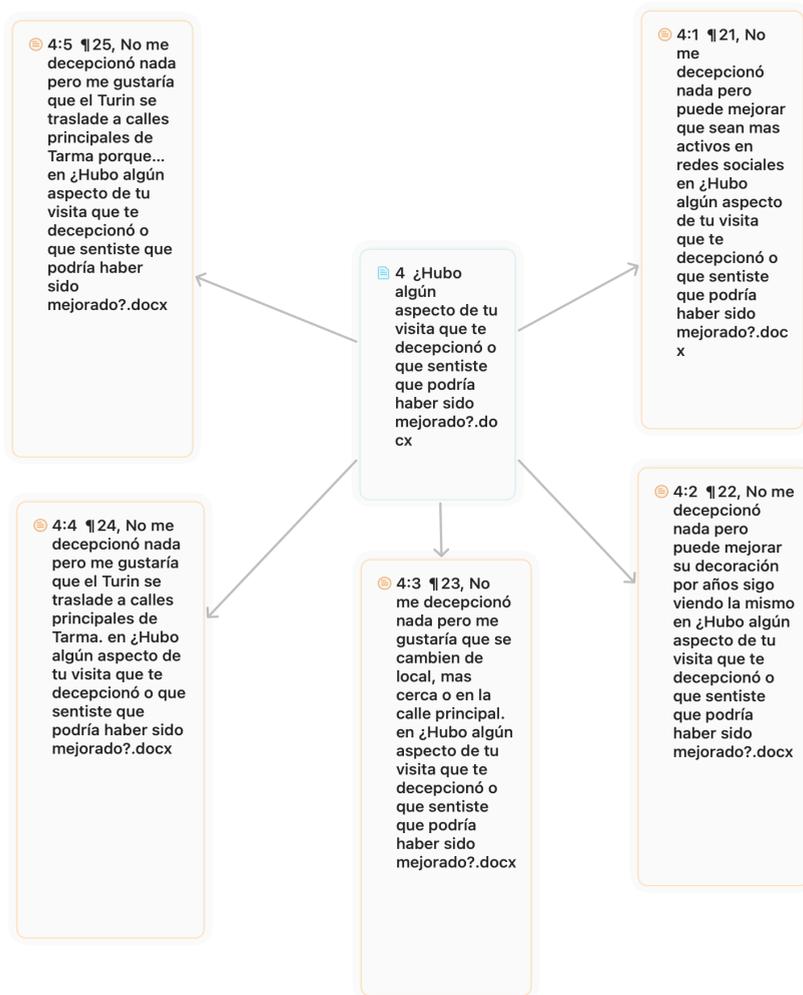
Resultados de la segunda subcategoría. Experiencia en el restaurante TURIN



La pregunta sobre ¿Hay algún servicio o característica que crees que podrías agregar o mejorar para hacer que la experiencia en el restaurante sea aún mejor? evidencia que los clientes son más exigentes, para buena suerte del restaurante TURIN, cumple con estas expectativas fuertes de los clientes, se ajusta a sus necesidades, desarrollando así relaciones más fuertes con sus clientes, satisfaciendo así a sus clientes por lo que Fuentes et al, (2020) resalta que escuchar a los clientes y ponerlo en práctica ayuda a innovar y mejorar continuamente, ganando así una buena imagen para el restaurante, siendo este un factor importante para la conservación del restaurante a largo plazo.

Figura 4

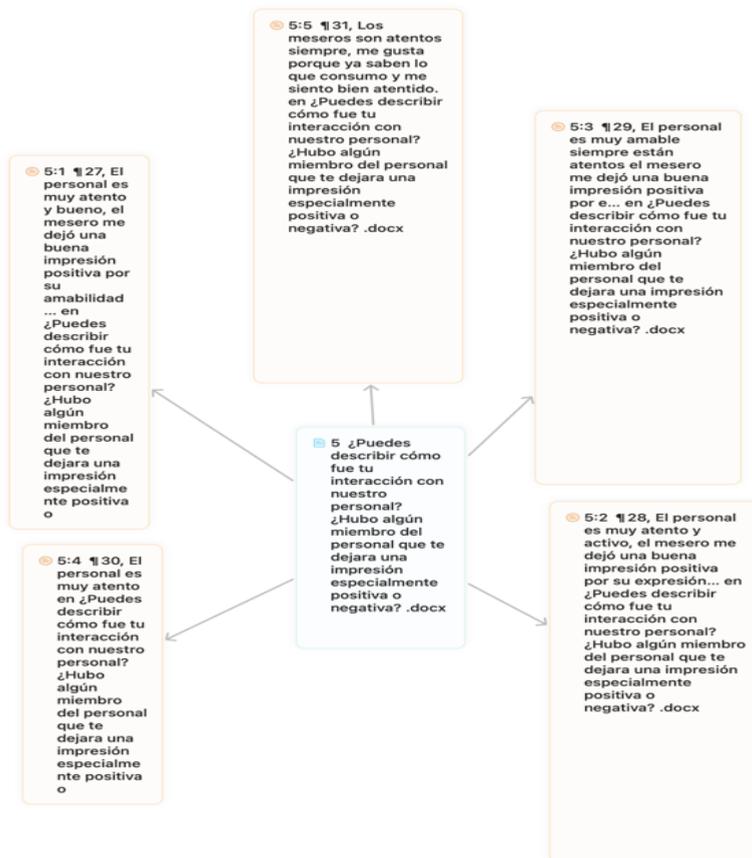
Resultados de la tercera subcategoría. Enfoque en el servicio en el restaurante TURIN.



En esta pregunta se conoce una vez más que tan satisfecho está el cliente en función al servicio que brinda el restaurante TURIN, se evidencia que están complacidos en todos sus servicios excepto con la ubicación, pidiendo que se trasladen a calles principales de Tarma, así como menciona Manrique, (2023) la ubicación de un restaurante en una calle principal tiene mayor accesibilidad para los clientes, ya que suelen estar conectadas con el transporte público lo que hace fácil el acceso así como también se le asocia con el prestigio y calidad.

Figura 5

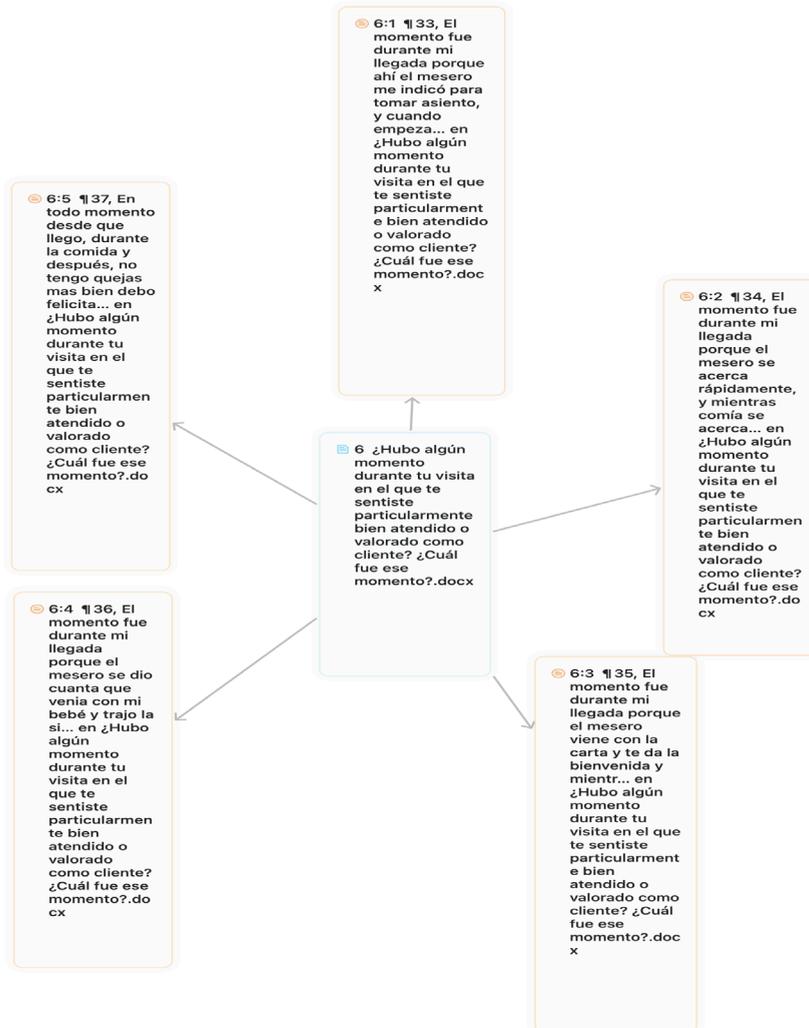
Resultados de la tercera subcategoría. Enfoque en el servicio en el restaurante TURIN



En esta pregunta, los entrevistados mencionaron que el restaurante TURIN cuenta con una buena atención por parte de su personal, donde rescatan su amabilidad, su rápido accionar y su atención esmerada, en efecto positivo el mesero tiene calificación alta, lo que habla bien del restaurante, en este sentido Monge et al., (2019) la calidad del servicio que brinda el mesero es importante ya que es la primera impresión de bienvenida, la primera experiencia del cliente, una atención personalizada en los clientes abre mesa para que el cliente se sienta valorado, escuchado y cómodo, es importante también estar en constante comunicación con los meseros ya que depende de ellos la satisfacción del cliente al momento de ingresar al restaurante, por lo que un mesero feliz y motivado, recepciona de la misma manera a los comensales.

Figura 6

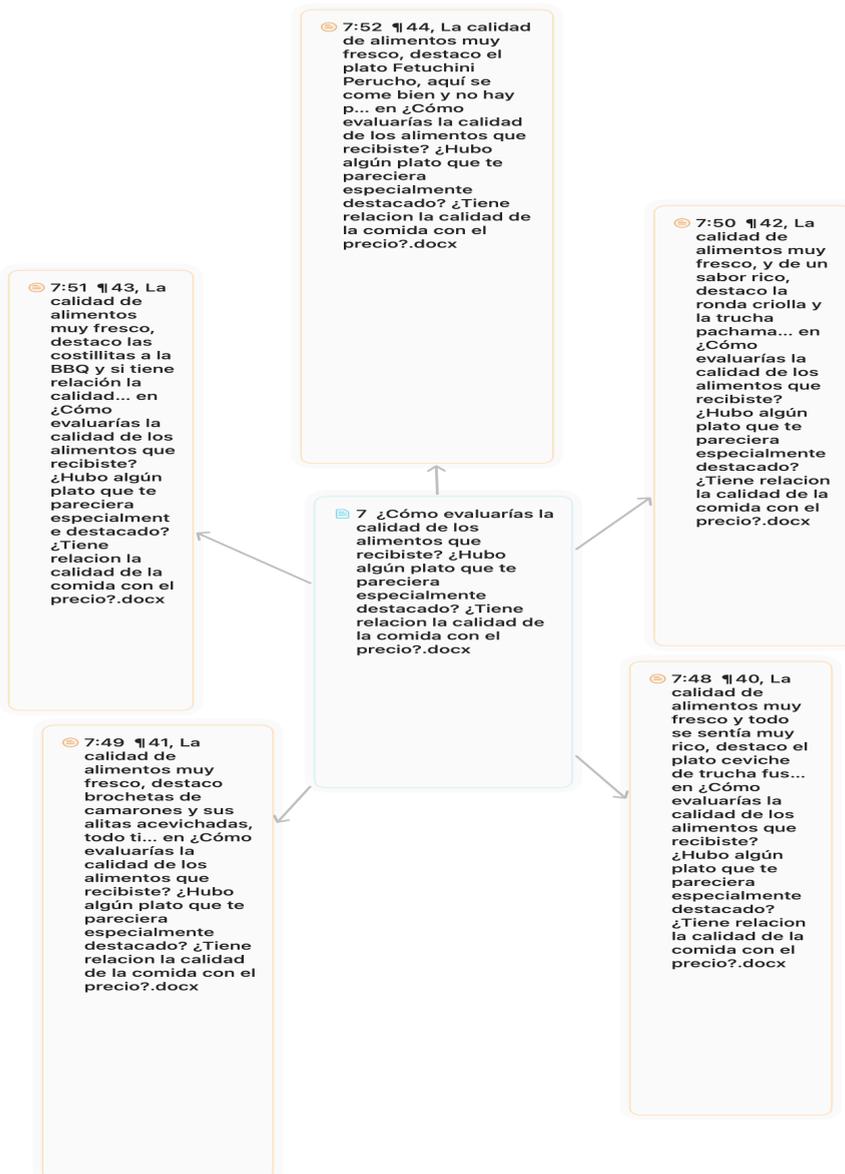
Resultados de la cuarta subcategoría. Precio en el restaurante TURIN.



Todos los entrevistados para esta pregunta rescataron que se sintieron bien atendidos al momento de su llegada; es decir, al momento de llegar al restaurante los clientes perciben ser acogidos inmediatamente por los meseros siendo una guía rápida para los comensales, por lo que esto un mesero eficiente y bien organizado contribuye a la buena imagen del restaurante. Siendo así que Solís, (2022) rescata la eficiencia operativa de los meseros siendo una de las principales razones por las cuales los clientes dejan reseñas positivas y recomiendan a amigos y familiares, atrayendo nuevos clientes.

Figura 7

Resultados de la cuarta subcategoría. Precio en el restaurante TURIN

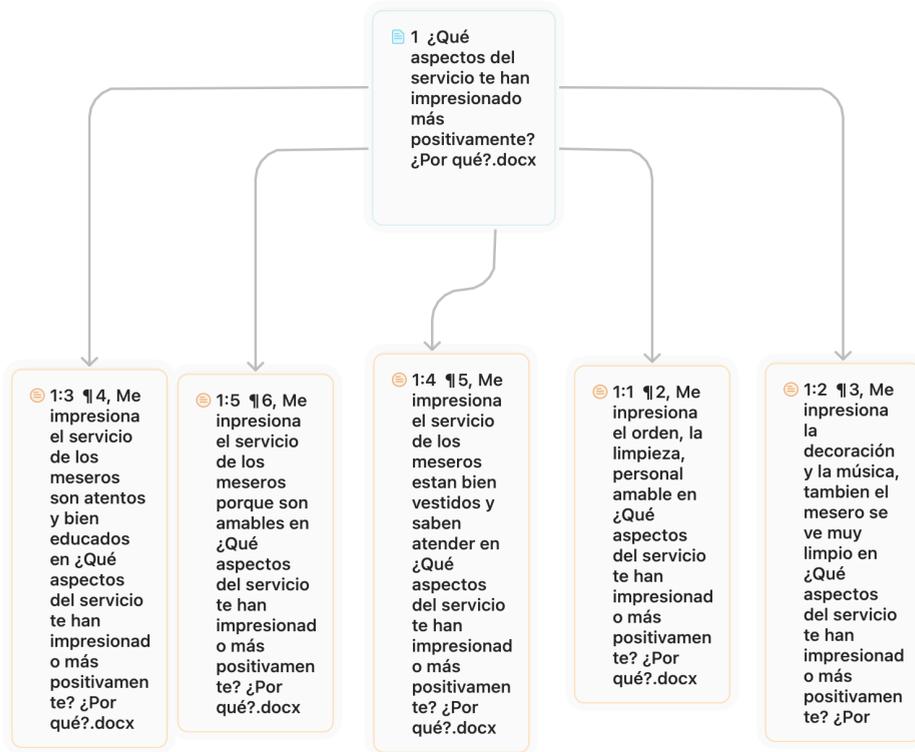


Todos los entrevistados felicitan al restaurante TURIN por la excelente experiencia gustativa, disfrutaron de la calidad de ingredientes, su sabor, su presentación de platos, hasta ya tienen su comida preferida, todo esto deja en claro que hay satis-

facción alta de los clientes con respecto a la comida y el precio, (Loreña, 2019) los clientes satisfechos con la calidad de la comida es más probable que regresen, ya que ellos esperan que la comida cumpla con normas de textura, apariencia, frescura, sabor, y por supuesto del precio, todo esto asegura la satisfacción completa del cliente.

Figura 8

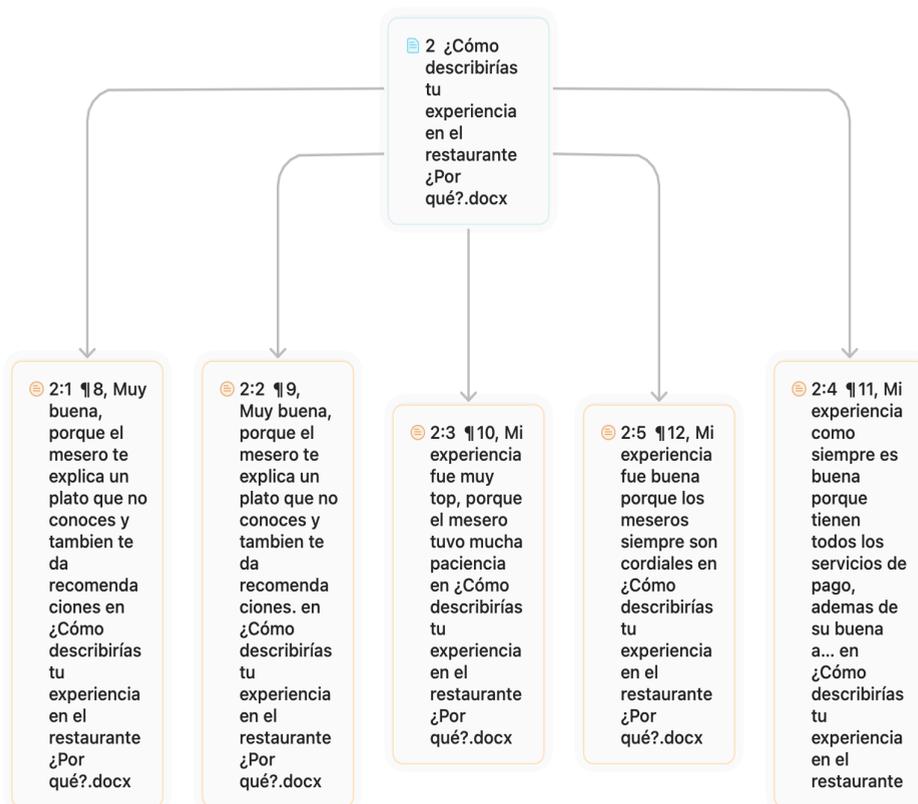
Resultados de la primera subcategoría. Ambiente y servicio en el restaurante DAYLO.



Todos los entrevistados resumen su impresión en el restaurante Daylo por su buena atención por parte de los meseros donde describen que estos son educados, amables, visten bien, otro punto fue la limpieza y el orden así como la decoración, entonces los clientes reconocen lo que a primera vista observaron y vivieron para que puedan responder, así como menciona Puelles, (2023) el servicio atractivo de un restaurante se refleja en cómo trata el personal a los clientes, en ese punto también se percibe la buena cultura organizacional que comparte y aplica el restaurante, entonces se confirma que en el Daylo se refleja el buen trato por parte del personal, donde la limpieza no falta y el buen trato tampoco.

Figura 9

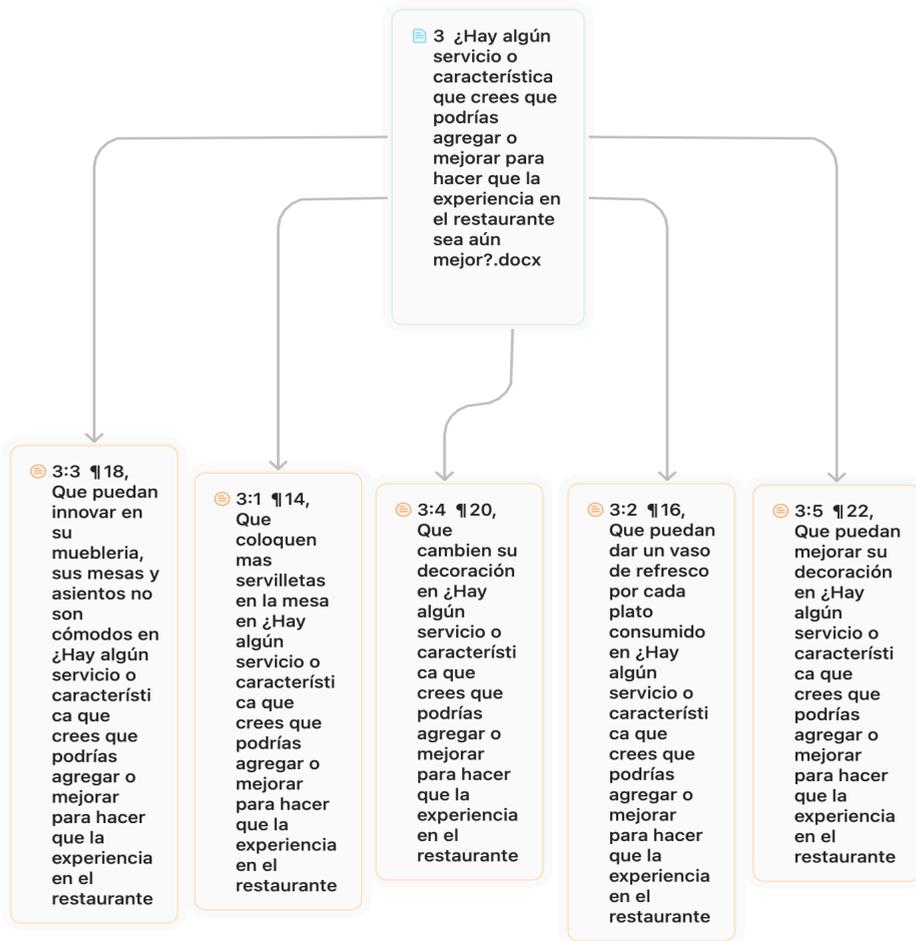
Resultados de la segunda subcategoría. Experiencia en el restaurante DAYLO



Todos los entrevistados ponen el primer plano su experiencia relacionado con la buena atención de los meseros, ya que ellos brindan soporte importante a los clientes, ayudándoles con la recomendación de un plato caso si el cliente no se decide, esto en un indicador que conocen la carta y manejan ideas en función al tipo de cliente que les toque atender, finalmente Avila y Flores, (2021) recalca que mantener motivados al personal de servicio en un buen indicio para obtener buenas conductas de ellos en el campo, es decir al momento de recepcionar a los clientes, no dejando de lado los incentivos económicos y de felicitaciones, poniendo en público su esfuerzo para que así los demás de sus compañeros también se inspiren. El restaurante Daylo reconoce estos aspectos y sus meseros son el resultado.

Figura 10

Resultados de la segunda subcategoría. Experiencia en el restaurante DAYLO

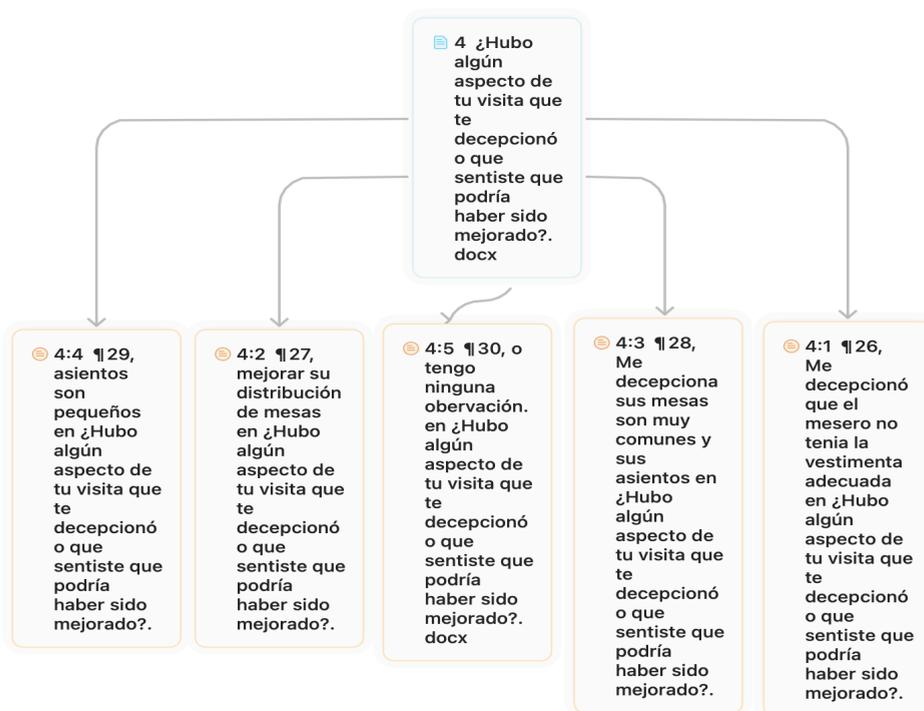


En el restaurante Daylo, todos los entrevistados mencionan características que deben cambiar, desde la innovación de su mobiliario como las mesas y asiento más cómodos, menciona una entrevistada que su papá por tener una estatura grande no logra sentarse cómodo, así como mencionan los entrevistados que quita experiencia y estatus dejar las cremas para la comida en la mesa, ya que esto es típico de los restaurantes que ofrecen menú, descubriendo que la decoración tampoco es correcta y es repetitiva, solo agregan cambios cuando hay celebraciones como los carnavales de Tarma, o alguna fecha de calendario, no dejando de lado que dejan poco acceso al uso de las servilletas, resultando incómodo estar solicitando más de

esto, lo cual es un tropiezo en brindar un servicio de calidad y buena experiencia a los clientes. Por ello Avila y Flores, (2021) colocan como factor que afecta al éxito del restaurante la experiencia que consigue el cliente, esto hace que regresen, que disminuya la cantidad de quejas y que aumente las calificaciones y reseñas positivas online, que los clientes son más propensos a hablar bien del restaurante con amigos y familiares, que innoven siempre, y hacer imborrable la experiencia.

Figura 11

Resultados de la tercera subcategoría. Enfoque en el servicio en el restaurante DAYLO

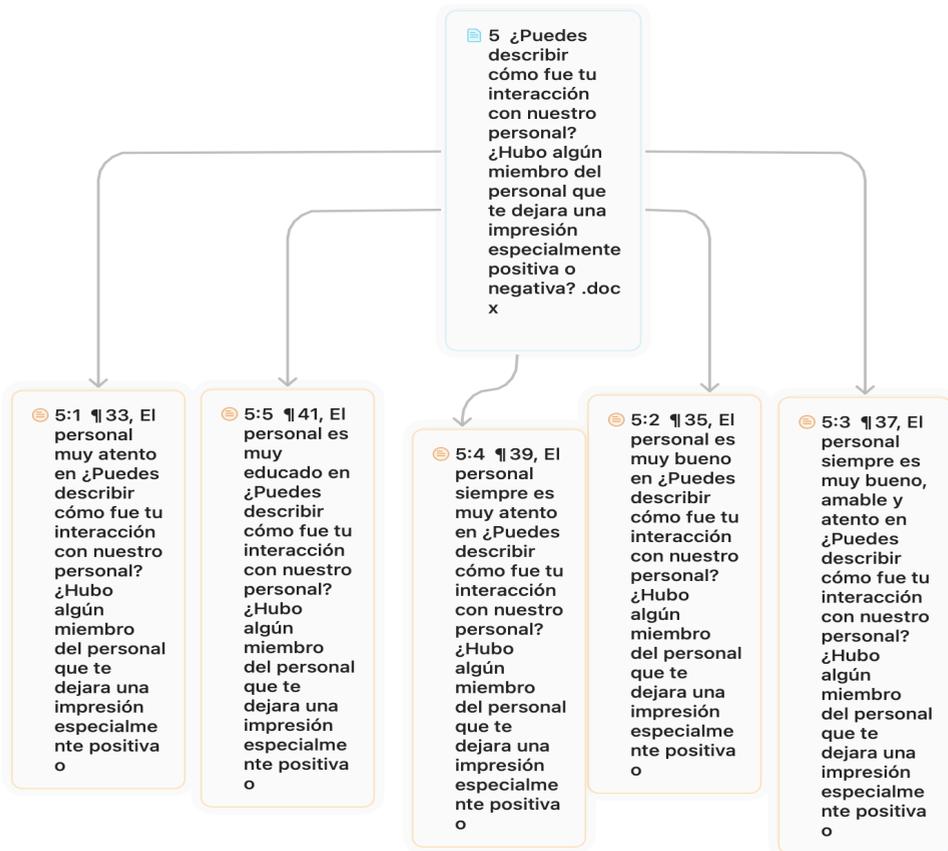


Los entrevistados mencionan que el restaurante Daylo debe mejorar su mobiliario, ya que se limitan a cumplir con las comodidades que exigen los clientes, así como la incorrecta distribución de sus mesas, dejando una mala línea de disfrute y privacidad al momento de conversar de los clientes, al estar cerca una mesa de la otra, resulta ser una desagradable conversar y disfrutar de la comida, dejando un sabor insípido del ambiente que maneja el DAYLO ya que no ofrece una capacidad máxima a los comensales, un entrevistado mencionó que no encuentra organizada las mesas, y esto no es atractivo visual para el restaurante, y en el tema de ambiente no hay un buen diseño de interior, todo esto deja claro que se debe mejorar estos

aspectos tan importantes, para que la visita del cliente sea una verdadera experiencia inolvidable y repetitiva. Rios y Villanueva Marcio, (2023) parte de hacer un buen servicio en los restaurantes es darle atención al diseño de interior, esto cumple la función de brindar un espacio cómodo para todo tipo de eventos que el cliente quiera realizar en el establecimiento desde la reservación hasta la celebración de un cumpleaños, aniversario, pedida de mano, sorpresas, y más, entonces el valor inmobiliario hace que el cliente asocie con calidad y prestigio.

Figura 12

Resultados de la tercera subcategoría. Enfoque en el servicio en el restaurante DAYLO

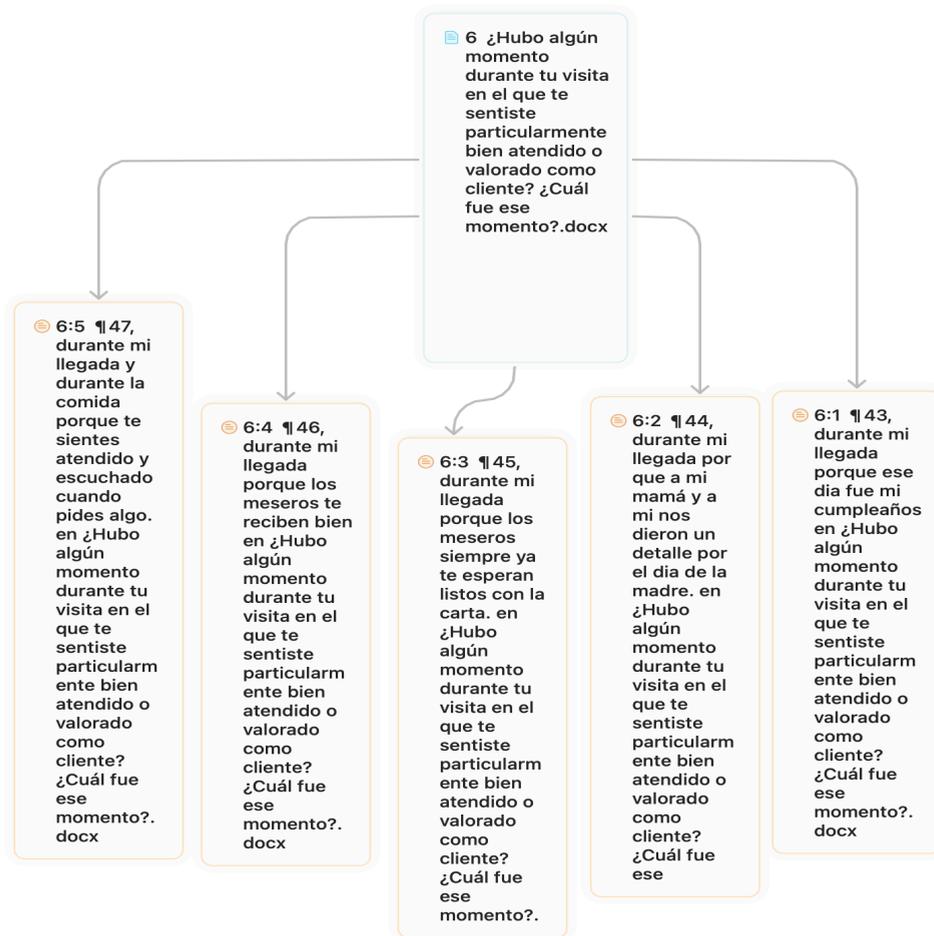


Todos los entrevistados coinciden que su interacción con el personal fue amena en especial con los meseros ya que ellos les brindaron atención inmediata y de calidad, haciendo que el cliente reconozca cualidades de educación, amabilidad, este es un indicador importante para este restaurante, permite darnos cuenta

que su personal de servicio hacen un buen trabajo, siendo muy reconocidos por su atención, dejando una experiencia única sus comensales, así como menciona Huaman, (2022) los meseros que prestan atención a los detalles simples como acompañar a los clientes hasta la salida, acercarse a la mesa después que el cliente haya ordenado su comida para preguntar si todo esta en orden o no requieren de algo más, son detalles que hacen sentir escuchados a los clientes, disminuyendo así las quejas, y en caso que surgan un mesero capacitado podrá gestionarlo de manera efectiva, asegurando una vez más que el cliente se sienta escuchado, mantener un alto nivel de servicio es esencial para la satisfacción del cliente.

Figura 13

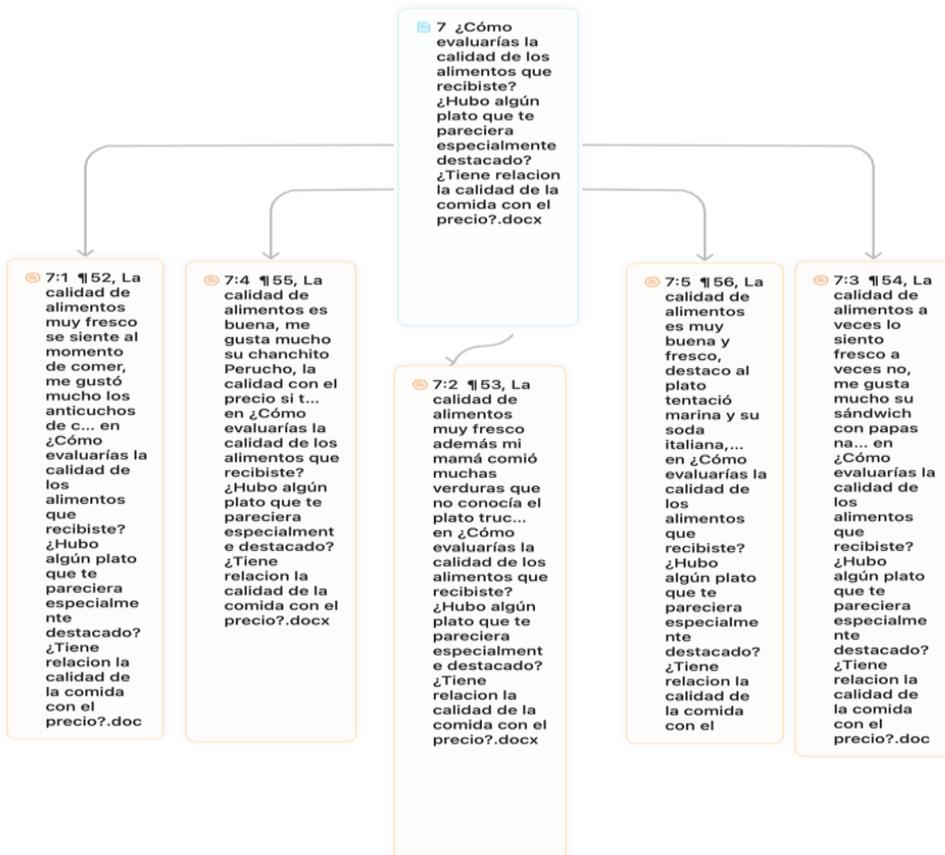
Resultados de la tercera subcategoría. Enfoque en el servicio en el restaurante DAYLO



Todos los entrevistados mencionaron que al momento de su llegada a la restauran- te fue el momento que se sintieron valorados y escuchados, ya que el mesero da la bienvenida y los dirige a tomar asiento, acto seguido ofrece la carta para tomar su pedido, otro porque el mesero fue cómplice de su cumpleaños y ani- versario donde hicieron llegar el detalle en el plato, dejando una buena señal de convivencia entre mesero y cliente, de tal modo Rojas, (2023) en el mundo de los restaurantes es importante hacer sentir como en su casa a los clientes desde el momento de su llegada, durante la comida, y hasta el punto de retirarse, son pocos los restaurantes que no dejan solos a sus clientes al momento de retirarse, debe ser tomado este momento como uno de partido hacia conseguir la satisfac- ción completa de los clientes.

Figura 14

Resultados de la cuarta subcategoría. Precio en el restaurante DAYLO



En esta última pregunta para evaluar la calidad de los alimentos los entrevistados respondieron que sintieron todas la veces los insumos muy frescos así como ya desarrollaron un plato preferido, justamente porque tiene calidad de preparación y de ingredientes que favorecen para establecer una confianza de los clientes al momento de consumir, y no genera dudas de la procedencia de los alimentos, esto es un punto clave para la satisfacción inmediata del cliente, haciendo que este prefiera al Daylo no solo por su buena atención, sino por lo mas importante la comida, que refleja el esfuerzo y dedicación del restaurante. De acuerdo con (Solis, 2022) los clientes relacionan el precio con la calidad, dando un dictamen final importante sobre la relación de estos dos aspectos, donde resulta importante que esten asociados, donde el Daylo tiene dos clientes que no dictaminan a favor, punto que se debe mejorar.

Figura 15

Platos de la carta del restaurante Turin.



Nota. se presenta imágenes de tres platos de carta del restaurante Turin.

Figura 16

Platos de la carta del restaurante Daylo.



Nota. se presenta imágenes de tres platos de carta del restaurante Daylo.

CONCLUSIONES

De la categoría 1. ambiente y servicio, el restaurante Turin y Daylo coincidieron en el nivel de satisfacción del cliente, ya que los meseros brindan una atención inmediata y amable, se resalta la diferencia en la subcategoría 2. de experiencia donde los entrevistados difieren al estar más contentos con Turin por detalles como la comodidad del mobiliario y decoración, Daylo fue criticado por la falta de comodidad en sus sillas, con una distribución del espacio abrumador y decoración monótona, siguiendo con la subcategoría 3. enfoque y servicio, Turin y Daylo reflejaron tendencias similares, salvo la discusión frente a la ubicación, Turin por estar alejada de la zona céntrica de la ciudad, en la subcategoría 4. precio, Turin coincidiendo con la calidad, sabor, el servicio preferencial y la innovación de sus platos, Daylo tiene aceptación, pese a no presentar un cambio constante en el menú usual.

Del análisis comparativo de los factores que inciden en la satisfacción de ambos restaurantes, se determina como sobresaliente a ambos restaurantes, cada uno teniendo atributos diferentes que gustan y disfrutan sus clientes, se recomienda también que Turin y Daylo mejoren su propuesta de valor, ya que no cuentan con más de dos platos vegetarianos, considerando que son ejemplo para otros restaurantes, se destaca que son los más reconocidos de Tarma, ya que ambos se complementan para satisfacer a los clientes locales y del extranjero.

REFERENCIAS

- Avila, J., y Flores, D. (2021). *Satisfacción del cliente en restaurantes de tipo fast food- Jesús María, 2021* [Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86597/Avila_YJA-Flores_JDE-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Bustamante, A. (2023). *Evaluación de la calidad de servicio y satisfacción del cliente: Restaurante Nagoya Perú* [Universidad Le Cordon Bleu]. <https://repositorio.ulcb.edu.pe/handle/ULCB/1215>
- Enrique et al. (2023). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en restaurantes del terminal Portoviejo. *Ingeniería Industrial*, 44, 1–19. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362023000100023&script=sci_arttext
- Fuentes et al. (2020). Evaluación de la calidad percibida de servicios en restaurantes a la carta. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 179–191. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400179&script=sci_arttext&lng=en
- Gonzales, L., y Huanca, E. (2020). *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018* [Universidad Tecnológica del Perú.]. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/3031>
- Guevara, H. (2021). *Calidad de servicio en el restaurant Pollería Solymar E.I.R.L. de la ciudad de Bagua Grande, Provincia de Utcubamba, Región de Amazonas - 2020* [Universidad Nacional Toribio Rodríguez De Mendoza De Amazonas]. <https://repositorio.untrm.edu.pe/handle/20.500.14077/2566>
- Henrique de Freitas, M. (2023). *FATORES DE SATISFAÇÃO DE CLIENTES DE RESTAURANTES: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA*. <https://repositorio.ufms.br/handle/123456789/7061>
- Huaman, A. (2022). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en un restaurante del distrito de Lurín, 2022* [Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/112700/Huaman_FAM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2024). *Instituto Nacional de Estadística e Informática*. <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/actividad-de-restaurantes-se-incremento-145-en-enero-2024-15084/>
- Loreña, D. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Restaurant - Hotel El Bambu del Distrito de Pichanaki, 2019* [Universidad Católica Los Ángeles Chimbo]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/15107>

- Manrique, A. (2023a). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en el restaurante de comida rápida Umari Fusión Amazónica, Santiago de Surco, Lima, 2023*. <https://orcid.org/0000-0001-6546-0129>
- Manrique, A. (2023b). “CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA UMARÍ FUSIÓN AMAZÓNICA, SANTIAGO DE SURCO, LIMA, 2023.” <https://orcid.org/0000-0001-6546-0129>
- Mendoza, Fhanchesca. (2021). *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del restaurante Grill Home Chépén, 2021* [Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/76542>
- Monge et al. (2019). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los restaurantes de la parroquia turística Misahualli - Napo. *Revista Turydes*, 12, 1–23. <http://hdl.handle.net/20.500.11763/turedes27servicio-restaurantes-misahualli>
- Monroy, M. (2021). Calidad de servicio en restaurantes de Todos Santos, México por concepto de género. *Revista Universidad y Empresa*, 23(40), 3–32. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8229>
- Özdemir, S., y Nilay, Y. (2020). Understanding the Relationship Between Physical Environment, Price Perception, Customer Satisfaction and Loyalty in Restaurants. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 762–776. <https://doi.org/10.21325/jotags.2020.577>
- Pincay, G. (2023). “Calidad de servicio y satisfacción del cliente en los restaurantes del sector turístico de la ciudad Puerto López” [Universidad Estatal del Sur de Manabí]. <https://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/5222>
- Puelles, M. (2023). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurante El Caja Mar* [Universidad Ricardo Palma]. https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/7125/T030_71095947_T%20Puelles%20Bardalez%2c%20Maria%20Fernanda.docx.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramos, C. D. (2021). Gestión de calidad del servicio y la satisfacción del cliente en los restaurantes de Sullana. *Revista Tecnológica - ESPOL*, 33(3), 230–241. <https://doi.org/10.37815/rte.v33n3.773>
- Rios, F., y Villanueva Marcio. (2023). *Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el restaurante Huasai 2022* [Universidad Nacional de la Amazonía Peruana]. https://repositorio.unapikitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/9640/Fiorella_Tesis_Titulo_2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rojas, S. G. (2023). *Calidad del servicio y satisfacción de los clientes en el restaurante El Uruguayo en la ciudad de Chiclayo, 2022*. <http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/11023>
- Solis, D. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente del restaurante Amkha, Trujillo, 2022* [Universidad Privada del Norte]. <https://orcid.org/0000-0002-2823-7582>
- Villanueva, I. (2021). *Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del patio de comidas de Barrio Box Park Chiclayo-2021* [Universidad Señor de Sipán]. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8718>

CAPÍTULO IX

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA INTELIGENTE: CLAVE PARA LA BUENA EXPERIENCIA EN TARMA “PERLA DE LOS ANDES”

Jazmin Mirella Velasquez-Bullón

 Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, Perú

 0009-0002-9789-8082

 7177027@unaat.edu.pe

En el presente capítulo titulado Planificación Turística Inteligente: clave para la buena experiencia en Tarma “Perla de los Andes” nace con la posibilidad de incentivar a las empresas turísticas de Tarma, la incorporación de herramientas tecnológicas para la planificación de sus actividades.

Tarma cuenta con una variedad de atractivos naturales, este valle es caracterizado por su hermoso paisaje montañoso y su clima, también cuenta con una diversidad de cultural y muchas festividades, dentro del sector turístico de Tarma, las empresas ofrecen una variedad de destinos, pero la poca implementación de la tecnología y el mal manejo de horarios hacen que la experiencia turística no sea tan placentera como debería. Mazo et al. (2021) menciona que la competitividad de los destinos turísticos, se asocia a la capacidad de proporcionar satisfacción a los turistas. Carrillo et al. (2023) considera que un punto turístico es competitivo cuando mejores servicios y productos en comparación a otros destinos.

En el ámbito del turismo la administración juega un papel importante, ya que gracias a una buena gestión se crean experiencias inolvidables para los turistas, esto inicia desde la planificación y la organización, según Melgarejo et al. (2018) la planificación es importante porque nos ayuda a potenciar de manera

positiva las actividades turísticas, hace que la empresa pueda brindar mejores servicios, dentro de ellas se considera, la atención al cliente, el alojamiento, el transporte, las actividades recreativas y gastronomía, Gama y Cisneros (2018) nos menciona que con la evolución constante que tiene este sector, no es suficiente solo enfocarse en la calidad del servicio y los productos turísticos, hoy en día crear momentos memorables es un complemento adicional a lo que se considera experiencias turísticas, según Aguilar-Boada y Ríos-Ulfe (2023) en cuanto a esta experiencia turística crea una ventaja competitiva y ayuda a que otros turistas visiten en lugar por recomendación, según Moreno et al. (2018) lo que buscan los turistas es sentir, por ello viajan a diferentes lugares esto con el objetivo de obtener nuevas experiencias.

Actualmente el turismo se encuentra en etapa de cambios debido a las nuevas tendencias, como la incorporación de tecnología siendo esta la que mejor se destaca, por brindar aplicaciones donde se pueden planificar los viajes hasta la reserva de alojamiento, según Cruz et al. (2021) un turista digital organiza, planifica y anticipa su experiencia de manera autónoma y flexible. las cuales mejoran su experiencia Filho et al. (2022) menciona que incluir la tecnología como un sistema de apoyo permite crear una ventaja competitiva, la cual ofrece una buena experiencia y garantiza un atractivo diferente en comparación a otros destinos turísticos. Para Barrado-Timon (2004) percibe a el destino como una relación predominante entre la oferta y la demanda, lo que a menudo resulta en equiparar el destino con el producto turístico consumido. Lo cual se puede entender que el destino es el producto turístico, ya que implica la necesidad de viajar a un lugar para consumirlo.

EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

La experiencia turística se basa en las creación de emociones, las vivencias, sensaciones e interacciones que hace un viajero durante su visita hacia un lugar determinado, esto con el objetivo de conocer nuevos lugares, interactuar con la cultura de los lugareños, participar dentro de las actividades que se plantean para el recorrido, Corrêa y Sevilha (2023) menciona que la interacción desempeña un papel clave en la personalización de planes turísticos ,en los cuales los viajeros participan activamente en la creación de valor y experiencias durante sus viajes en función de sus preferencias, por ello las empresas de este rubro deben de ofrecer experiencias memorable para que esto influya más adelante al turismo sostenible, crear recuerdos inolvidables hace los viajeros recomienden visitar estos lugares.

El Perú cuenta con una diversidad de flora y fauna lo cual lo pone como punto atractivo hacia los turistas, al contar con; costa, sierra y selva, ofrece una variedad de experiencias , gracias a sus diferentes climas, la Selva Peruana ofrece la oportunidad de observar la biodiversidad, como los animales, plantas y las culturas de las comunidades que habitan dentro de ella , aparte de ello se pueden realizar excursiones y realizar nuevos descubrimientos dentro de la selva virgen, en la costa se pueden encontrar un variedad de playas estas son ideales para realizar deportes acuáticos y también para tomarse un descanso y relajarse, dentro de los andes cuenta con grades nevadas y montañas, esta zona es ideal para deportes como escalada en roca o caminatas. Según Tinoco (2003) el turismo se ha convertido en un sector económico estratégico y de gran importancia en la actualidad, y que su desarrollo es prioritario para muchos países. La inversión en el turismo y la implementación de políticas y estrategias para su fomento son consideradas fundamentales para aprovechar el potencial económico y social que esta actividad puede ofrecer.

El Perú es un país multicultural, con diferentes tradiciones e historias, en cada rinconcito del Perú se pueden encontrar festividades diferentes, y eso importante porque te permite interactuar y volverte parte de esa comunidad, también es conocido a nivel mundial por la gastronomía que ofrece, siendo reconocida por su variedad y su exquisites.

Tarma, también conocida como la bella perla de los andes, valle de las flores y cuna de picaflores, es un rinconcito del Perú que te ofrece una variedad de turismo cultural y regional, visitar este pintoresco lugar genera una sensación de maravilla al contemplar un paisaje natural.

El planeamiento de actividades turísticas con el uso de la tecnología permite a las empresas aprovechar estas herramientas digitales para mejorar la planificación, promoción y gestión de experiencias turísticas, Si bien las empresas turísticas de Tarma las utilizan estas redes para promocionar los destinos turísticos , publicando fotos, videos y contenido relevante sobre lugares de interés, atracciones y actividades que ofrecen, Aun no incursionan en la implementación de estas herramientas para mejorar la planificación y gestión de estas actividades

Las empresas turísticas de tarma ofrecen destinos como Valle de la flores, Valle Collana, valle Cocón Valle Chanchamayo y entre otros destinos más, estos destinos turísticos se reservan de forma manual la cual se realiza visitando la

agencia turística, llamada por teléfono o mensajes a través de sus redes sociales, si bien el asesoramiento es personalizado y hay posibilidad de negociar los precios, se requiere más tiempo aparte de ello en días festivos la persona encargada de esta actividad se satura de llamadas y deja clientes insatisfechos. Según Loret (2015) usualmente la mayoría de los turistas son de la ciudad lo cual hace que les llame la atención la vida en el campo, tanto por sus costumbres, el cuidado de los animales y el trabajo en la tierra.

Dentro de su manejo de horarios de cada actividad turística, el guía asignado debe de controlar el tiempo para que así puedan llegar a cada lugar propuesto, durante el recorrido, los guías vigilan el tiempo e informan al grupo de manera verbal que tiempo se tiene en el lugar y cuál es la próxima parada, las desventajas de hacer esto es que hay mayor posibilidad de error en la medición de tiempo y es difícil la comunicación cuando los grupos son grandes y más cuando son días festivos.

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA INTELIGENTE

Las empresas turísticas pueden implementar sistemas de reserva en línea y aplicaciones móviles. Esto permite a los turistas reservar sus actividades y alojamiento con facilidad y flexibilidad, evitando la saturación de llamadas y mejorando la satisfacción del cliente. Según Chiroque y Mena (2020) el avance de las tecnologías de la información y comunicación, junto con el crecimiento y la globalización de las redes sociales, ha creado una nueva dimensión para las actividades de promoción y comercialización turística de las agencias de viajes y otras empresas del sector turístico lo cual nos indica que los avances en tecnología y la popularización de las redes sociales han transformado la manera en que las agencias de viajes y otras empresas turísticas promueven y venden sus servicios. Estas herramientas digitales les permiten llegar a un público más amplio y diverso, mejorando sus estrategias de marketing y aumentando su capacidad para atraer y retener clientes.

Por otro lado Miskalo et al. (2020) nos menciona que es importante analizar diferentes aspectos relacionados con la experiencia del turista en el destino, como su nivel de satisfacción, su percepción sobre la sustentabilidad del lugar, la accesibilidad, la conectividad, las opciones de innovación y diferenciación, la información turística disponible y el marketing online utilizado por el destino, estos aspectos son importantes para comprender las necesidades y preferencias de los turistas y para mejorar la experiencia turística en el destino.

Ballina (2022) nos menciona que usar la tecnología en el contexto del turismo, es entender cómo los turistas utilizan y experimentan las tecnologías de la información y comunicación (TIC) cuando visitan destinos. Por ello es importante identificar los elementos, atributos y servicios tecnológicos que son críticos para los turistas que eligen destinos rurales, ya que esto puede influir en su experiencia y satisfacción.

EXPERIENCIA DE AVENTURA

La aventura es un producto comercializado, una fantasía que los turistas están dispuestos a pagar, buscando la mejor experiencia posible dentro de los límites de su comodidad (Portaro, 2011). El deseo de experimentar algo diferente y emocionante, pero solo de manera superficial y segura, sin asumir los verdaderos riesgos y desafíos que conlleva una auténtica aventura.

En la aventura, el viaje en sí mismo, la exploración de lo desconocido y la superación de desafíos son elementos que proporcionan emociones intensas y gratificantes. Según Portaro (2011) para el consumidor en una sociedad de consumo, el proceso mismo de buscar algo, incluso si no se encuentra de inmediato, se percibe como una promesa de felicidad. La idea es que la acción de estar en movimiento, de buscar y explorar, es en sí misma una fuente de satisfacción y felicidad para la persona inmersa en esta sociedad de consumo. Se compara la búsqueda constante de deseos y necesidades con la experiencia de viajar: la emoción está en el camino, en la esperanza de encontrar algo, mientras que el destino final puede percibirse como una decepción. En este sentido, se plantea que el consumidor en esta sociedad actúa como un viajero que constantemente busca satisfacción y felicidad en sus adquisiciones y experiencias. Desde otra perspectiva la relación entre la búsqueda en la sociedad de consumo y la experiencia de la aventura radica en el valor que se otorga al proceso de exploración y descubrimiento como generador de felicidad y gratificación personal.

EXPERIENCIA GASTRONÓMICA

Una experiencia gastronómica se refiere a algo más que simplemente comer alimentos; es un fenómeno cultural y social que abarca todos los aspectos de la preparación, presentación y consumo de la comida. Esta experiencia incluye la elección de ingredientes, las técnicas culinarias, el ambiente en que se consume la comida y las interacciones sociales que se producen alrededor de una mesa.

Según Martínez y Imaz (2006) existe una conexión intrínseca entre el sabor y el conocimiento. Los consumidores que han crecido en esta cultura gastronómica tienen la capacidad de apreciar y discernir los sabores auténticos de los productos. El sabor, en este contexto, no solo es una experiencia sensorial, sino también una forma de conocimiento y apreciación cultural.

Para tener una buena experiencia gastronómica es importante considerar la calidad del servicio el cual es un factor fundamental que precede a la satisfacción del cliente en el ámbito de los servicios, incluidos los restaurantes. Para Rodríguez-López et al. (2020) existe una relación entre varios factores que afectan la satisfacción del cliente en el ámbito de los restaurantes, subrayando que la experiencia completa del cliente, que abarca desde la calidad del servicio y de la comida hasta la atmósfera del lugar, es crucial para asegurar una percepción positiva y satisfacción del cliente.

EXPERIENCIA DE COMPRAS

Dentro del turismo se deben considerar múltiples niveles al desarrollar productos y servicios turísticos para satisfacer y superar las expectativas de los clientes. Además, deben reconocer las diferentes clasificaciones de productos turísticos, que abarcan desde los viajes y facilidades hasta los territorios o destinos turísticos integrados. Font y Abreu (2020) menciona integrar momentos de la compra como itinerarios durante el viaje, influyen en su percepción inicial y confianza en la compra. Por ello también se debe de considerar la disponibilidad y calidad de los servicios y productos ofrecidos durante el viaje son factores importantes en la decisión de compra del consumidor.

En el presente estudio de carácter cualitativo centrada en la experiencia turística, se organizó en una categoría principal: Experiencia Turística, y se dividió en cuatro subcategorías para abordar aspectos específicos relacionados con esta temática. Para recolectar datos, se diseñó una guía de preguntas con un total de cinco preguntas que se realizaron a cuatro turistas de la empresa Max Aventura de Tarma, una vez recopilada la información a través de las entrevistas, se procedió al análisis de los datos. Para ello, se emplearon herramientas como Mendeley y ATLAS.ti9. Estas herramientas permiten organizar, codificar y analizar la información de manera sistemática, lo que facilita la identificación de -patrones, tendencias y relaciones en los datos recopilado.

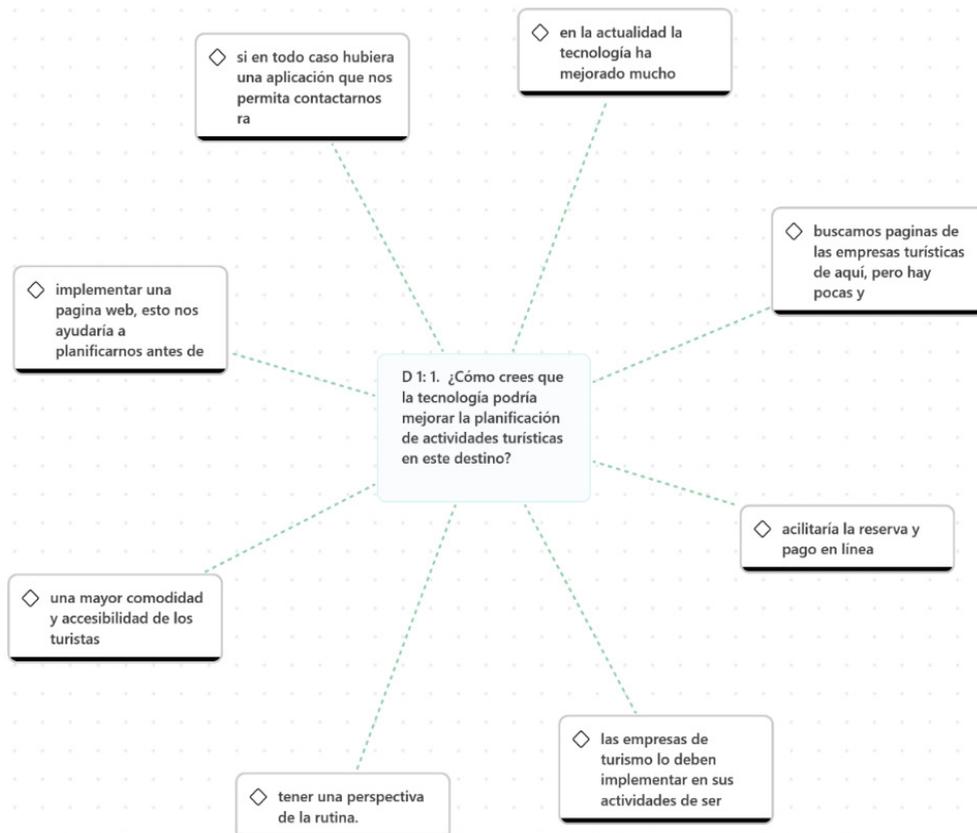
Tabla 1*Matriz de Categorización de preguntas.*

Objetivos	Categoría	Subcategoría	Preguntas
Propone incentivar a las empresas turísticas de Tarma a incorporar herramientas tecnológicas y valor adicional a sus servicios para mejorar la planificación de sus actividades y brindar una mejor experiencia turística.	Experiencia turística: Se refiere a las sensaciones, emociones y vivencias que experimenta un turista durante su viaje.	Planificación Turística Inteligente	¿Cómo crees que la tecnología podría mejorar la planificación de actividades turísticas en este destino? ¿Qué aspecto de la planificación turística, consideras que podría beneficiarse más de la tecnología en esta ruta?
		Experiencia de aventura	¿Recomendarías a quienes buscan experiencias de aventura la travesía “valle de las flores”? ¿Porque?
		Experiencia gastronómica	¿Has disfrutado del plato o comida local durante la travesía “Valle de las flores”? ¿porque?
		Experiencia de compras	¿Compraste algún producto local o artesanía durante tu visita a Tarma o durante la travesía “Valle de las flores”? ¿por qué?

Nota. En la presente tabla se elabora una matriz de categorización, que nos ayuda a elaborar preguntas.

Figura 1

Sub categoría: Planificación Turística Inteligente.

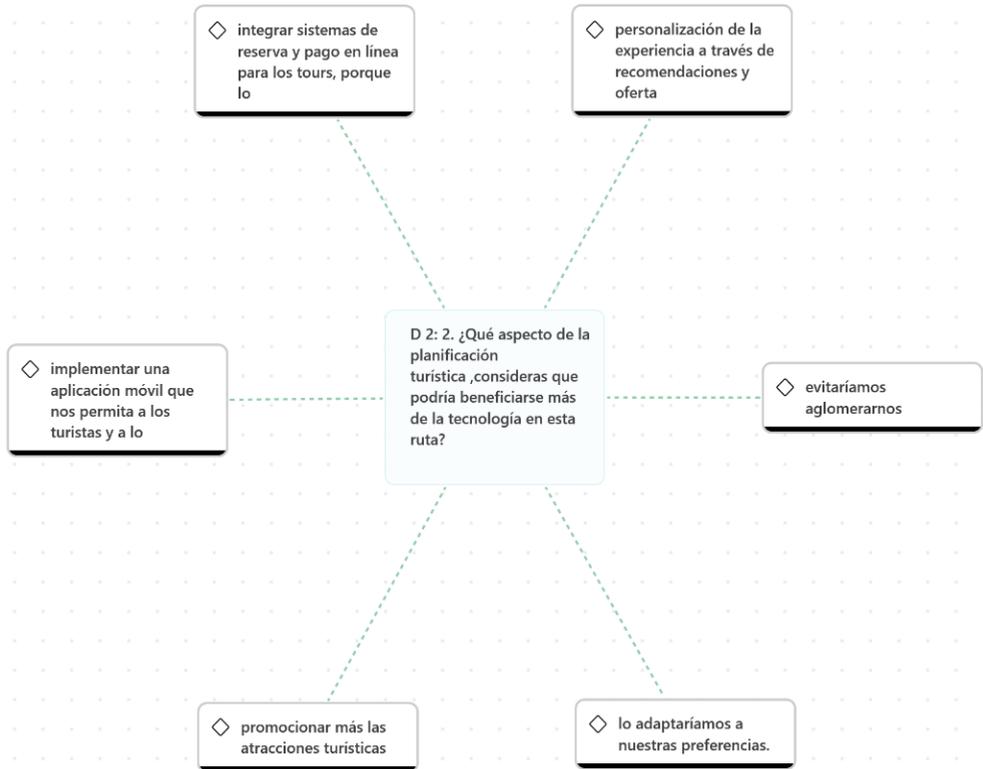


Nota. Diseño elaborado por el software de análisis de datos cualitativos ATLAS.ti.

Cuando se les pregunta a los entrevistados: ¿Cómo crees que la tecnología podría mejorar la planificación de actividades turísticas en este destino?, según las respuestas obtenidas los entrevistados ven un gran potencial en la tecnología para mejorar la planificación y la experiencia turística en el Valle de las Flores, a través de aplicaciones de contacto, páginas web informativas, facilidades de reserva y pago en línea, y una mayor accesibilidad y comodidad para los turistas.

Figura 2

Sub categoría: *Planificación Turística Inteligente.*

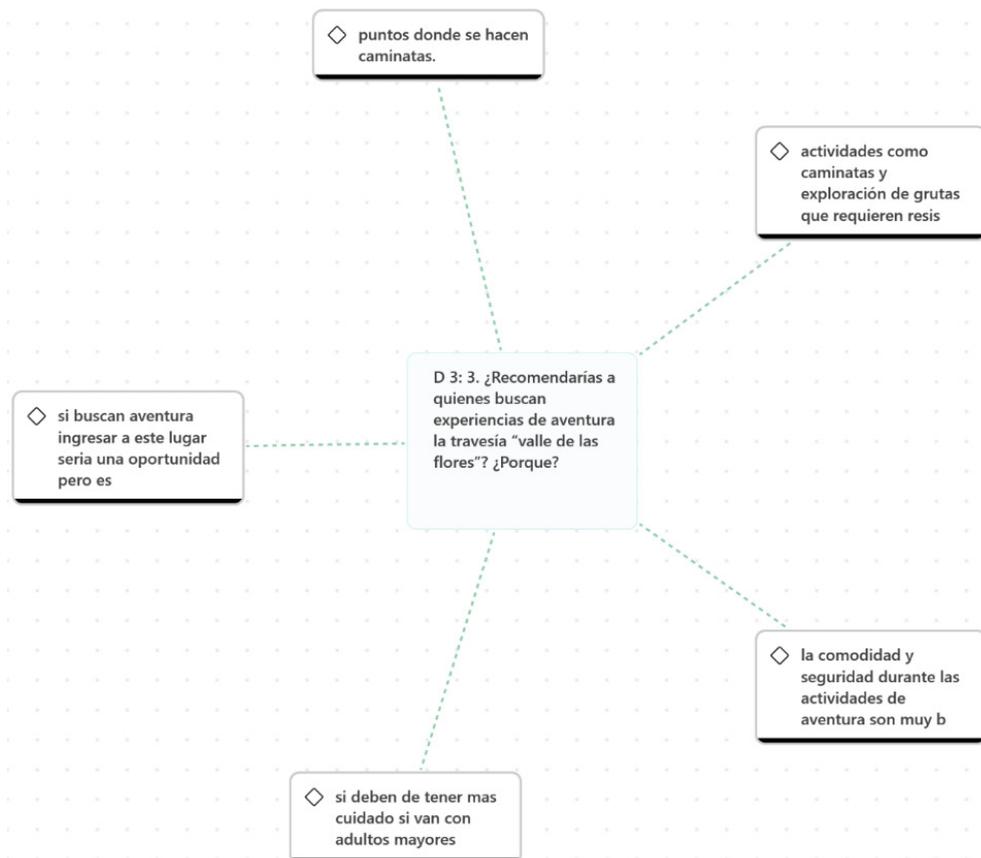


Nota. Diseño elaborado por el software de análisis de datos cualitativos ATLAS.ti.

Cuando se les pregunta a los entrevistados: ¿Qué aspecto de la planificación turística, consideras que podría beneficiarse más de la tecnología en esta ruta? según las respuestas obtenidas los entrevistados mejorarían la planificación turística mediante sistemas de reserva y pago en línea, personalización de la experiencia, aplicaciones móviles, promoción de atracciones y la adaptación de actividades a las preferencias individuales de los turistas.

Figura 3

Subcategoría: *Experiencia de aventura*

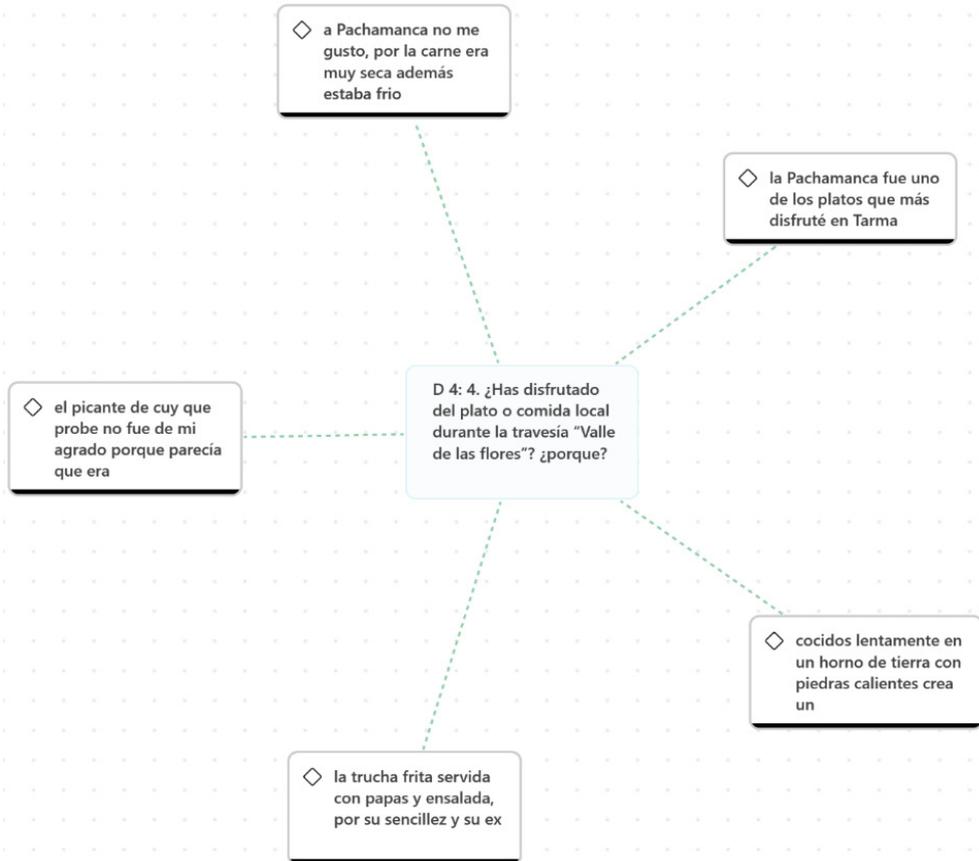


Nota. Diseño elaborado por el software de análisis de datos cualitativos ATLAS.ti.

Cuando se les pregunta a los entrevistados: ¿Recomendarías a quienes buscan experiencias de aventura la travesía "valle de las flores"? ¿Porque?, según las respuestas de los entrevistados en general es positiva para aquellos que buscan aventuras emocionantes, pero con la advertencia de que se debe tener en cuenta la condición física, especialmente al viajar con adultos mayores.

Figura 4

Subcategoría: *Experiencia gastronómica*

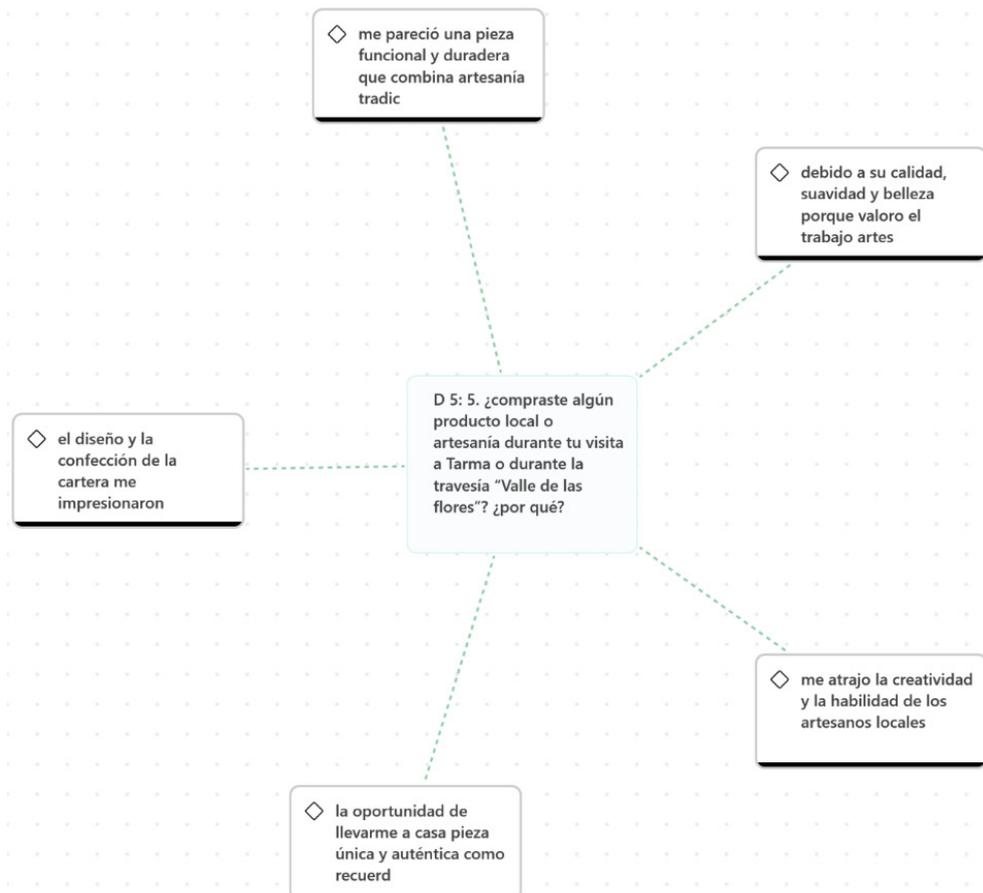


Nota. Diseño elaborado por el software de análisis de datos cualitativos ATLAS.ti.

Cuando se les pregunta a los entrevistados: ¿Has disfrutado del plato o comida local durante la travesía "Valle de las flores"? ¿por que? según las respuestas obtenidas de los entrevistado hubo comentarios positivos sobre platos como la Pachamanca sobre la comida local durante la travesía "Valle de las Flores" son variadas, pero mayormente positivas. Los entrevistados destacaron la Pachamanca y la trucha frita como platos que disfrutaron debido a su sabor único y delicioso, así como a su frescura y sencillez. Sin embargo, hubo algunas críticas, como el picante de cuy que no fue del agrado de un entrevistado debido a su apariencia y a la lentitud en el servicio. Además, otro entrevistado expresó su decepción con la Pachamanca debido a la sequedad de la carne y el hecho de que el plato estuviera frío.

Figura 5

Subcategoría: *Experiencia de compras*



Nota. Diseño elaborado por el software de análisis de datos cualitativos ATLAS.ti.

Cuando se les pregunta a los entrevistados: ¿Compraste algún producto local o artesanía durante tu visita a Tarma o durante la travesía “Valle de las flores”? ¿Por qué? Según las respuestas obtenidas de los entrevistados, muchos de ellos sí compraron productos locales o artesanías durante su visita a Tarma o durante la travesía “Valle de las Flores”. las razones que tuvieron al para comprar productos locales o artesanías incluyen apreciación por la calidad, la tradición cultural, la creatividad y habilidad de los artesanos locales, así como el deseo de llevarse a casa recuerdos únicos y auténticos de la visita. (Morante E., 2019) nos habla sobre las TIC en la industria turística, estas están revolucionado la forma en que

las empresas turísticas se relacionan con sus clientes, mejorando la experiencia del turista y permitiendo a las empresas adaptarse a las demandas de un mercado cada vez más digitalizado, según (Villamediana-Pedrosa Jenely D. et al., 2021) Es crucial compartir sugerencias sobre el uso de redes sociales en turismo, ya que muchas empresas no están optimizando sus beneficios.

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA INTELIGENTE (SC01)

Los entrevistados ven un gran potencial en la tecnología para mejorar la planificación y la experiencia turística en el Valle de las Flores, mencionando aplicaciones de contacto, páginas web informativas, facilidades de reserva y pago en línea, y una mayor accesibilidad y comodidad para los turistas. La teoría de la competitividad de los destinos turísticos Mazo et al. (2021) y Carrillo et al. (2023) sostienen que la tecnología es fundamental para proporcionar mejores servicios y aumentar la satisfacción del turista. Los resultados de la investigación confirman esta teoría al mostrar que los entrevistados perciben la tecnología como una herramienta clave para mejorar la eficiencia y la personalización de la planificación turística. Lo cual confirma que la tecnología puede optimizar la planificación turística. Los beneficios observados son principalmente teóricos y basados en percepciones, no en implementaciones prácticas concretas.

EXPERIENCIA DE AVENTURA (SC02)

La mayoría de los entrevistados recomendarían la travesía “Valle de las Flores” para aquellos que buscan aventuras emocionantes, destacando la importancia de la condición física, especialmente para los adultos mayores. Portaro (2011) menciona que los turistas buscan experiencias de aventura dentro de los límites de su comodidad. Los resultados de la investigación coinciden con esta teoría, ya que los entrevistados valoran la aventura pero advierten sobre las limitaciones físicas. La validación de que las actividades de aventura son un atractivo clave y valorado en Tarma.

EXPERIENCIA GASTRONÓMICA (SC03)

Los comentarios fueron variados, pero mayormente positivos, destacando platos como la Pachamanca y la trucha frita por su sabor único y frescura. Sin embargo, hubo críticas sobre el picante de cuy y la calidad inconsistente de la Pachamanca. Rodríguez-López et al. (2020) indican que la calidad del servicio es esencial para

la satisfacción del cliente en experiencias gastronómicas. Los resultados muestran que mientras los sabores fueron apreciados, la inconsistencia en la calidad y el servicio afectó la experiencia de algunos turistas. Proporciona una visión clara sobre la importancia de la gastronomía en la experiencia turística.

EXPERIENCIA DE COMPRAS (SC04)

Muchos entrevistados compraron productos locales o artesanías, valorando la calidad, tradición cultural, creatividad de los artesanos locales y el deseo de llevarse recuerdos únicos. Contraste con la Teoría: Font y Abreu (2020) destacan que integrar momentos de compra en los itinerarios turísticos mejora la percepción y confianza del consumidor. Los resultados apoyan esta teoría, mostrando que las compras locales enriquecen la experiencia del turista y promueven el aprecio por la cultura local. Resalta la contribución de las compras locales a la experiencia turística.

CONCLUSIONES

La incorporación de herramientas tecnológicas en la planificación de actividades turísticas es fundamental para mejorar la eficiencia, personalización y accesibilidad de los servicios ofrecidos. Los entrevistados destacan que aplicaciones de contacto, páginas web informativas, y facilidades de reserva y pago en línea pueden transformar positivamente la experiencia turística en Tarma.

Una planificación turística inteligente, que integre tecnología y personalización, puede ofrecer beneficios significativos como la optimización de recursos, la mejora de la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. Esto se alinea con las demandas cambiantes de los turistas y promueve la sostenibilidad en las operaciones turísticas.

Las actividades de aventura, como el senderismo y la exploración, son altamente valoradas por los turistas que buscan emociones y conexión con la naturaleza. Sin embargo, es crucial considerar la condición física de los participantes, especialmente cuando se viaja con adultos mayores, para garantizar la seguridad y satisfacción de todos los visitantes.

La gastronomía local juega un papel significativo en la satisfacción del turista. Platos como la Pachamanca y la trucha frita son apreciados por su sabor y frescura. No obstante, la inconsistencia en la calidad del servicio y la preparación

de algunos platos, como el picante de cuy, destaca la necesidad de mejorar la formación y atención en los establecimientos gastronómicos.

La compra de productos locales y artesanías no solo proporciona recuerdos únicos a los turistas, sino que también promueve el aprecio por la cultura y la tradición local. Los turistas valoran la calidad, creatividad y habilidad de los artesanos, lo que sugiere que potenciar estas actividades puede enriquecer la experiencia turística en Tarma.

REFERENCIAS

- Aguilar, A. D., y Ríos, R. (2023). *Compromiso del turista, experiencia turística memorable e imagen de destino en relación con la intención de revisita de destinos turísticos* [Info:eu-repo/semantics/bachelorThesis, UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS]. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>
- Alberto Moreno Melgarejo, Ignacio Sariego López, y Reyes Ávila Bercial. (2018). La planificación y la gestión como herramientas de desarrollo de los destinos turísticos. *Dialnet*, Vol. 11(Turismo y Desarrollo local sostenible), 1–16. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7773473>
- Ballina, F. J. D. L. B. (2022). Smart Concept In Rural Tourism: A Comparison Between Two Phases (2016-2019). *Revista de Economía e Sociología Rural*, 60(1), 1–15. <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.234629>
- Barrado-Timon Diego A. (2004). ConceptoDestinoEstudiosTurísticos. *Instituto de Estudios Turísticos Secretaría General de Turismo Secretaría de Estado de Turismo y Comercio*, 45–58.
- Carrillo Valduga, M., Loffredo de Oliveira, R., Silva Sant’Anna, E., y Bezerra Marques, O. R. (2023). Experiências Turísticas Memoráveis em Ambientes Rurais: Pesquisa-Ação com Empreendedores da Rota do Queijo - Terroir Vertentes, Minas Gerais, Brasil. *Turismo: Visão e Ação*, 25(2), 198–218. <https://doi.org/10.14210/rtva.v25n2.p198-218>
- Chiroque Balladares Katherine Aurora, y Mena Atoche Diana Carolina. (2020). *Marketing digital y la satisfacción de clientes turistas de agencias de viajes*.
- Corrêa, S. C. H., y De Sevilha Gosling, M. (2023). A experiência turística inteligente na perspectiva do viajante. *Turismo: Visão e Ação*, 25(1), 72–93. <https://doi.org/10.14210/rtva.v25n1.p72-93>
- Cruz, R., Lisset, M., Alamo, R., y Alexandra, R. (2021). *Perfil del turista digital y su relación con la gestión de destinos turísticos inteligentes*. <http://hdl.handle.net/10757/658579>
- Filho, L. M., Mayer, V. F., y Correa, C. H. W. (2022). Dimensions impacting tourists’ perception of Smart Tourism Destinations. *Brazilian Journal of Tourism Research*, 16. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2332>

- Font Aranda, M., y Abreu García, A. C. (2020). *DEL RECURSO ATRACTIVO A LA EXPERIENCIA TURÍSTICA* Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato. <https://www.eumed.net/es/revistas/turydes/vol-13-no-29-diciembre-dezembro-2020/experiencia->
- Gama Garduño, M. G., y Favila Cisneros, H. (2018). Una aproximación a la experiencia turística desde la Antropología del Turismo: una mirada mutua al encuentro entre turistas y locales. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(1), 197–211. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.013>
- Loret de Mola Dávila, R. J. (2015). *Diseño de Ruta Turística Vivencial en el Distrito de San Pedro de Cajas - Tarma* [Info:eu-repo/semantics/bachelorThesis, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DEL PERÚ]. <http://hdl.handle.net/20.500.12894/2020>
- Martínez de Albeniz, I., y Imaz, E. (2006). *La experiencia gastronómica: la cocina vasca entre ser y hacer, entre las lógicas de la efervescencia social y la experticia*.
- Mazo, A. M., Oliveira, R. K. de, Biancolino, C. A., y Tomazzoni, E. L. (2021). Análise bibliográfica e sistemática da literatura acadêmica sobre “cidades inteligentes”, “turismo” e “competitividade.” *Turismo - Visão e Ação*, 23(1), 148–168. <https://doi.org/10.14210/rtva.v23n1.p148-168>
- Melgarejo, A. M., Sariago López, I., y Bercial, R. Á. (n.d.). LA PLANIFICACIÓN Y LA GESTIÓN COMO HERRAMIENTAS DE DESARROLLO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato. In N° (Vol. 11). <http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes25gestion-destinos>
- Miskalo da Cruz, M., Gonçalves Gândara, J. M., Dias Paixão, D. L., y Cunha Molteni, A. (2020). *CURITIBA (BRASIL) ¿UN DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE? Análisis de la percepción de los miembros del Concejo Municipal de Turismo* (Vol. 29).
- Morante E. (2019). *Big Data, Sistemas de Inteligencia y su aplicación al ámbito de Destinos Turísticos*. <https://hdl.handle.net/11441/88888>
- Portaro, I. (2011). *LA EXPERIENCIA TURÍSTICA DEL CRONISTA LATINOAMERICANO EN _JET LAG_ DE SANTIAGO RONCAGLIOLO*. <https://escholarship.org/uc/item/5jk7x6p2>
- Rodríguez-López, M., Aalcántara-Pilar, J. M., y Rojas-Lamorena, Á. O. J. (2020). Dining experience in the restaurant: Theoretical and empirical delimitation for two types of establishment. *Cuadernos de Gestion*, 20(1). <https://doi.org/10.5295/CDG.180904MR>
- Tinoco Oscar. (2003). LOS IMPACTOS DEL TURISMO EN ELPERÚ. *Industrial Data*, 6, 44–60. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81606106>

CAPÍTULO X

FORMALIZACIÓN TRIBUTARIA EN LOS NEGOCIOS DE TARMA, PERÚ

Miguel Benito Espinoza-Cirineo

 Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, Perú

 0009-0006-5538-8550

 74715157@unaat.edu.pe

En la actualidad la informalidad prevalece en los emprendimientos de la ciudad de Tarma, según estudios realizados se concluyó que la formalización empresarial no solo brinda seguridad jurídica, sino que también facilita el acceso a financiamiento y mercados internacionales (Kamichi, 2023), estos hallazgos son reforzados con estudios que resaltan que las empresas formales tienen mayores posibilidades de crecimiento y perduran por más tiempo en comparación con las empresas informales (Manrique-Cáceres, 2020), en este capítulo del libro que lleva por nombre Formalización Tributaria en los Negocios de la Ciudad de Tarma, se explorará la relevancia de dejar atrás el temor a la formalidad, abrazando los beneficios tangibles e intangibles que conlleva ser una empresa debidamente registrada y reconocida legalmente.

Es necesario tomar en cuenta que, a partir de la globalización, se creó mayor competitividad y por lo que, la formalización es necesaria, para eso se tiene que comprender los beneficios que esta trae y que no solo es cumplir con las obligaciones legales, sino que también genera oportunidades de crecimiento y desarrollo, que sería difícil de conseguir al ser informales. Según (Rojas y Barbarán, 2021) en su investigación revelan que las empresas formales tienden a ser más innovadoras y atraen talento calificado, a causa de esto se consigue una ventaja competitiva en el mercado. Asimismo, (Lira et al., 2023) destaca que la forma-

lización contribuye a la reputación y credibilidad de la empresa, esto en base al fortalecimiento de las relaciones con clientes, proveedores y socios comerciales.

Dado a este contexto, es necesario que los negocios tarmeños reconozcan que la formalización no solo es un requisito legal, sino una estrategia inteligente para asegurar su supervivencia y crecimiento a largo plazo (Janneth y Navarro, 2023). Al explorar las causas de la informalidad y conocer las ventajas que ofrece, se espera conseguir la confiabilidad para que los empresarios informales puedan tomar la decisión de cambiar y formalizar, para de esta manera poder contribuir con el desarrollo de la sociedad.

La informalidad en países en desarrollo como es el caso de Perú es una realidad persistente que afecta significativamente el desarrollo económico y social, esto se puede percibir en las regiones del país y la región Junín no es ajena, identificando en los emprendedores de la ciudad de Tarma un gran número de emprendimientos informales es por ello que el comprender y abordar el por qué los emprendedores de la ciudad de Tarma no formalizan sus emprendimientos es una tarea crucial, se buscará dar a conocer las causas y consecuencias del miedo a la formalización, con el fin de proponer estrategias efectivas para fomentar la formalización empresarial.

La informalidad empresarial afecta negativamente el desarrollo económico y social en la ciudad de Tarma y ciudades similares, aunque existen esfuerzos por parte del gobierno y otras instituciones para fomentar la formalización de los negocios, el miedo y desconocimiento siguen siendo una barrera significativa, comprender las razones detrás de este miedo es fundamental para diseñar políticas y programas que aborden las preocupaciones de los empresarios y promuevan un ambiente empresarial más inclusivo y próspero. Además, la formalización de los negocios no solo tiene beneficios económicos, como acceso a crédito y mercados formales, sino también impactos positivos en áreas como seguridad laboral, protección social y derechos laborales. Por lo tanto, es imperativo investigar el miedo a la formalización y sus implicaciones en la realidad tarmeña.

Explorar en profundidad el fenómeno del miedo de los negocios a la formalización en la ciudad de Tarma, identificando sus causas, manifestaciones y consecuencias desde una perspectiva cualitativa. Investigar las percepciones, actitudes y experiencias de los empresarios tarmeños respecto a la formalización de sus negocios, mediante entrevistas. Identificar los factores contextuales, sociales, económicos y culturales que influyen en el miedo de los negocios a formalizarse en la ciudad de Tarma, a través del análisis de contenido de entrevistas. Analizar las repercusiones del miedo a la formalización en el comportamiento empresarial

y en el desarrollo económico local de Tarma, mediante el estudio de casos y la triangulación de datos cualitativos recopilados.

Las pequeñas empresas representan una gran mayoría en la intervención de la economía de un país, en la investigación de Crespo García y Romero Lalangui (2023) resalto que “en América Latina, las pymes son consideradas como los principales actores en el desarrollo económico-social de la región, caracterizándose por impulsar una redistribución más equitativa de la riqueza, dinamizar las actividades productivas y crear mayores oportunidades de empleo” (p. 2).

En la investigación relacionada hacia la cultura tributaria y la formalización se puedo identificar que miles de familia tienen un negocio para poder percibir ingresos, sin embargo. Es necesario destacar que miles de personas no toman conciencia de lo importante que es ser formal y que no solo se trata de percibir ingresos sino también es necesario aportar al desarrollo de la sociedad, así mismo al personal y familiar (Gabriela y Raad, 2021).

La informalidad está presente en diversos países tal es el caso de Colombia en el sector turístico donde se identificó una brecha entre el crecimiento lento del empleo y una apresurada recuperación en el sector turístico, es por ello que es necesario garantizar un crecimiento controlado, ya que esto generará empleos de calidad (Zurbarán et al., 2023).

Según un estudio realizado en Paraguay sobre la informalidad por Mongelós et al., (2022) identificó que “existe un importante arraigo cultural hacia la naturalidad de la informalidad en el contexto del comercio, motivo por el cual la percepción negativa sobre el impuesto va acompañada con argumentaciones en contra de la corrupción, los costos de la formalidad, la excesiva burocracia, entre otras razones socialmente arraigadas” (p.49).

Según un estudio realizado en Perú identificó que las tasas de informalidad son altas, identificando que en los últimos 12 años la tasa de informalidad vario entre 80% y 70%, en este estudio se buscó identificar las principales causas de la informalidad (Tenorio, 2020).

Según el estudio realizado por Copia et al., (2021) desataco que:

En algunos países de América del Sur se evidenció un alto índice de falta de presencia gubernamental, por culpa de los diferentes niveles de gobierno, quienes son los únicos beneficiados con la recaudación de los tributos. Exis-

ten nuevas propuestas para la recaudación, donde el emprendedor no está de acuerdo ya que el único beneficiado es el Estado y no la sociedad. (p. 166)

El estudio realizado a los bodegueros de Ferreñafe se identificó que la principal causa de la informalidad en el desconocimiento sobre el proceso de formalización, en su mayoría estos son pequeñas y microempresas, es necesario que estos se acojan a las normas tributarias (Guevara et al., 2021).

Existen diversos factores que contribuyen con la informalidad en el Perú Janeth y Navarro (2023) mencionan en su investigación que la informalidad en el Perú se ocasiona por diversos factores donde encontramos al factor económico, político y social, también se puede encontrar la poca disponibilidad de ofertas laborales formales, otro motivo es el de la corrupción estos factores son los que afectan y hacen que sea persistente la informalidad en el país.

Según Lavado y Yamada (2021) existe una vinculación arraigada entre la estructura económica de los países y la informalidad, así mismos se relaciona con las políticas laborales y tributarias que establece las directrices.

La investigación de Wilber y Chávez (2022) nos da a conocer que, el Perú es un país con economía informal ya que el 70% de los trabajos son informales, dentro de ello se destaca el sector minero que opera a nivel nacional, esta se puede encontrar dentro de las 25 regiones (incluyendo el Callao), donde destaca Madre Dios que es la región donde se realiza la minería artesanal de oro, dentro de la investigación se puede destacar que la razón principal de la informalidad es la falta de acuerdos entre las empresas y las comunidades.

Es necesario tomar conciencia y fomentar a que los negocios formalicen, ya que “la informalidad es propia de los países subdesarrollados, que se caracterizan por ser economías poco industrializadas y con ingresos medios y bajos” (Kamichi, 2023, p. 15).

Según la investigación de Mery et al., (2021) después de la pandemia vivida y todo lo que este desató, poniendo al descubierto muchas precariedades en el sector salud y teniendo una necesidad de buscar ingresos en las familias peruanas:

La informalidad es una opción frente al desempleo, a los desequilibrios del mercado de trabajo, su tratamiento no se restringe a la creación de más empleo formal, sino que está relacionado a las estrategias para controlar y combatir sus dimensiones actuales. (p. 30)

Otro tema que no se puede dejar de lado es la educación tributaria ya que esta es necesaria en nuestro país, porque esta trae consigo beneficios y a su vez de no cumplirse con la tributación correspondiente es perjudicial para el desarrollo del país Cárdenas (2020) menciona que:

El cumplimiento de la obligación tributaria, exige al contribuyente verificar determinados deberes formales dependiendo el régimen tributario optado, su cumplimiento parcial o tardío se encuentra sometido a sanciones, si bien se ha establecido supuestos de determinación y control, su incumplimiento se ha convertido en distintas formas de prácticas evasivas que han influido negativamente en la recaudación fiscal del estado. (p. 256)

El poco conocimiento que se tiene sobre el aporte tributario es una causa de la informalidad en el país así lo mencionan en su investigación Rojas y Barbarán (2021) donde resaltan que otro problema dentro de la recaudación de tributos que se afronta en las municipalidades es el desconocimiento que tienen los contribuyentes y la población en general sobre que se hace con el dinero obtenido por los tributos y esto es a causa de malas prácticas identificadas en diversas municipalidades a nivel nacional.

De la misma manera otro factor que afecta es, el poco control que se tiene Lira et al., (2023) mencionan que:

El incumplimiento de las obligaciones tributarias, trae consigo el no pago de la deuda tributaria, generando una disminución en la recaudación fiscal, en muchos casos se debe a la falta de fiscalización de la administración tributaria por parte de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) que es el órgano de vigilancia y control en Perú. (p. 421)

Así mismo “en Perú, la evasión tributaria es difícil de controlar por los organismos estatales, su principal origen en la cultura tributaria de la ciudadanía. En su mayoría, no se asume todavía, la conciencia de tributar” (Sánchez-Chero et al., 2021, p. 204).

Según Manrique-Cáceres y Naváez-soto (2020) resaltan que los tributos son muy importantes, ya que mientras más se recauden, beneficiará e incrementará en la inversión pública en todo el país y de esta manera poder tener un desarrollo sostenible.

Este capítulo, titulado Formalización Tributaria en los Negocios de la Ciudad de Tarma, se fundamenta en una investigación explicativa de carácter cualitativo

que tiene como objetivo comprender las razones detrás de la informalización en los negocios de la ciudad de Tarma. La muestra estará compuesta por 7 negocios informales seleccionados de manera no aleatoria, basada en la conveniencia y disponibilidad de los participantes.

Siguiendo la metodología propuesta, se llevarán a cabo entrevistas con los propietarios de los negocios informales, quienes brindarán el pleno conocimiento informado para posterior a ello ser partícipes del estudio. Se emplea el análisis de teoría fundamentada para explorar las percepciones, motivaciones y barreras que enfrentan estos negocios en su proceso de formalización. Se plantean 4 preguntas clave como: ¿Qué opina sobre los requisitos para formalizar su negocio? ¿Qué tipo de inconvenientes le ocasionó la informalidad? ¿Por qué cree que las personas no formalizan sus negocios? ¿Para qué cree que se paguen tributos?

El análisis de los datos recopilados se llevará a cabo utilizando metodologías cualitativas para identificar patrones, tendencias y posibles soluciones que puedan contribuir a superar el miedo a la formalización en los negocios de la ciudad de Tarma.

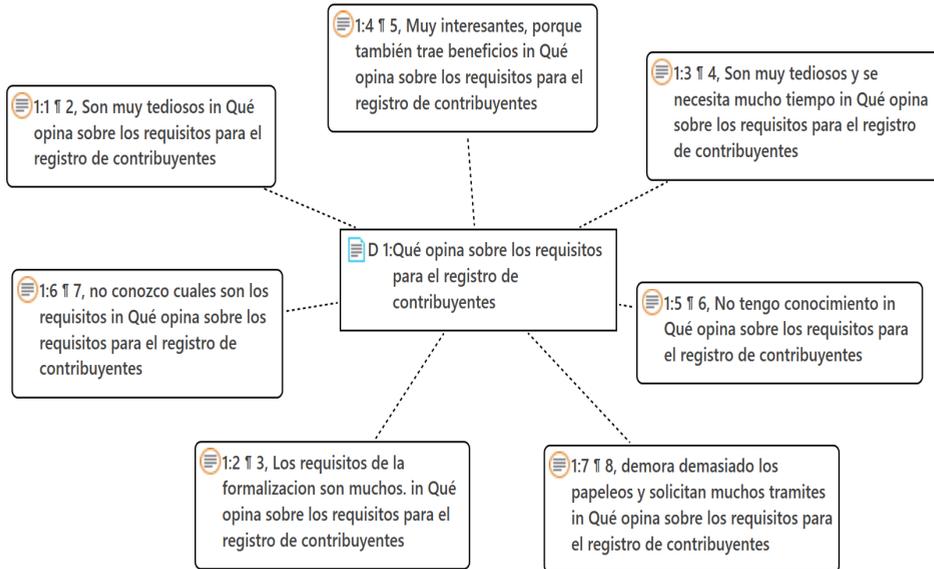
Tabla 1

Operacionalización de la categoría 1: Formalización tributaria.

Categoría	Definición conceptual	Definición operacional	Subcategoría	Técnica: Entrevista	Técnica: Entrevista
C1: Formalización tributaria	La formalización tributaria trae obligaciones que tienen que ser cumplidas, esto a su vez exige a que los contribuyentes tengan que cumplir con determinados deberes, los cuales variarán dependiendo del régimen tributario al que pertenezcan (Cárdenas, 2020).	En la presente investigación la categoría será (Formalización tributaria), se buscará evaluar mediante una entrevista que está compuesta por 8 preguntas.	C1. SC1= Registro de contribuyentes.	Técnica: Entrevista. Instrumento: Guía de entrevista.	1. ¿Qué opina sobre los requisitos para el registro de contribuyentes?
			C1. SC2= Declaración tributaria.	Técnica: Entrevista. Instrumento: Guía de entrevista.	2. ¿Qué tipo de inconvenientes le ocasionó no declarar tributos?
			C1. SC3= Procedimientos.	Técnica: Entrevista. Instrumento: Guía de entrevista.	3. ¿Qué opina sobre los procedimientos para formalizar?
			C1. SC4= Pago de impuestos.	Técnica: Entrevista. Instrumento: Guía de entrevista.	4. ¿Para qué cree que se paguen los impuestos?

Figura 1

Subcategoría 1 Registro de contribuyentes ¿Qué opina sobre los requisitos para el registro de contribuyentes?

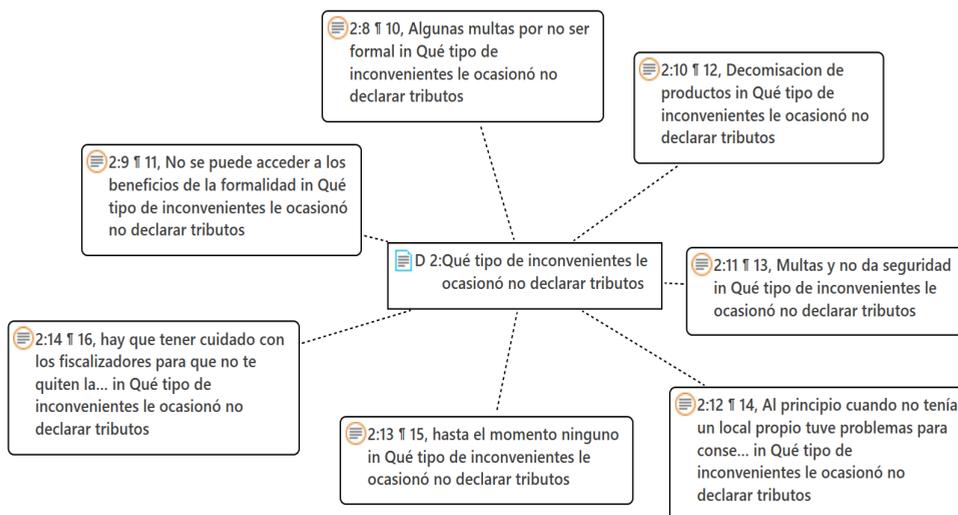


Nota. Red de citas obtenidas por una entrevista y procesadas por el software Atlas.ti.

La pregunta sobre los requisitos para formalizar un negocio puede revelar una amplia gama de percepciones y experiencias, algunos emprendedores podrían expresar frustración por la complejidad y la cantidad de trámites involucrados, como mencionaron aquellos que los calificaron como “tediosos” y que requieren “mucho tiempo”, otros podrían no tener un conocimiento claro de estos requisitos, lo que sugiere que podrían carecer de orientación o recursos para llevar a cabo este proceso. Sin embargo, también hay quienes ven estos requisitos como algo interesante, posiblemente debido a los beneficios que pueden derivarse de la formalización de su negocio, como mencionó alguien al decir que “también trae beneficios”. Esta diversidad de respuestas refleja las diferentes realidades y percepciones que los empresarios enfrentan al enfrentarse a la formalización de sus negocios, mientras que algunos ven obstáculos y complicaciones, otros pueden reconocer las oportunidades y beneficios que pueden surgir de este proceso, Sin embargo Janneth y Navarro (2023) mencionan que no solo son los requisitos los causantes de la informalidad ya que otros factores son los económicos, político y sociales.

Figura 2

Subcategoría 2 Declaración tributaria ¿Qué tipo de inconvenientes le ocasionó no declarar tributos?

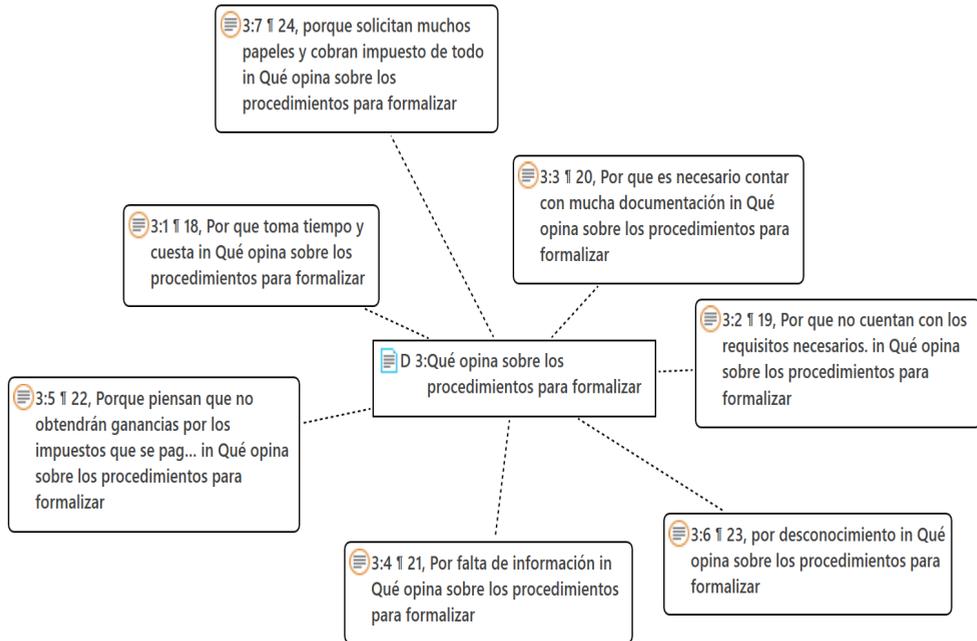


Nota. Red de citas obtenidas por una entrevista y procesadas por el software Atlas.ti.

La pregunta sobre los inconvenientes causados por la informalidad empresarial arroja una serie de respuestas que destacan las dificultades y riesgos asociados con esta situación, algunos de los problemas mencionados incluyen la imposición de multas por no estar formalmente constituido como negocio, así como la incapacidad para acceder a los beneficios que ofrece la formalidad, como seguro social o facilidades crediticias. Además, la confiscación de productos por parte de las autoridades puede resultar en pérdidas financieras significativas y generar inseguridad en la operación del negocio, las respuestas también sugieren que la informalidad puede dificultar la búsqueda de un espacio comercial adecuado, como se mencionó en el caso de alguien que tuvo problemas para encontrar un lugar donde vender al principio de su emprendimiento. Sin embargo, algunas respuestas indican que hasta el momento no se han experimentado inconvenientes específicos derivados de la informalidad, lo que puede deberse a circunstancias favorables o a una falta de reconocimiento de los riesgos potenciales, sin embargo no solo afecta a los vendedores si no también al país ya que de no ser formales y no pagar tributos no se podrá progresar en la inversión pública y de esa manera no se podrá tener un desarrollo sostenible a nivel nacional (Manrique-Cáceres y Naváez-soto, 2020).

Figura 3

Subcategoría 3 Procedimientos ;Qué opina sobre los procedimientos para formalizar?

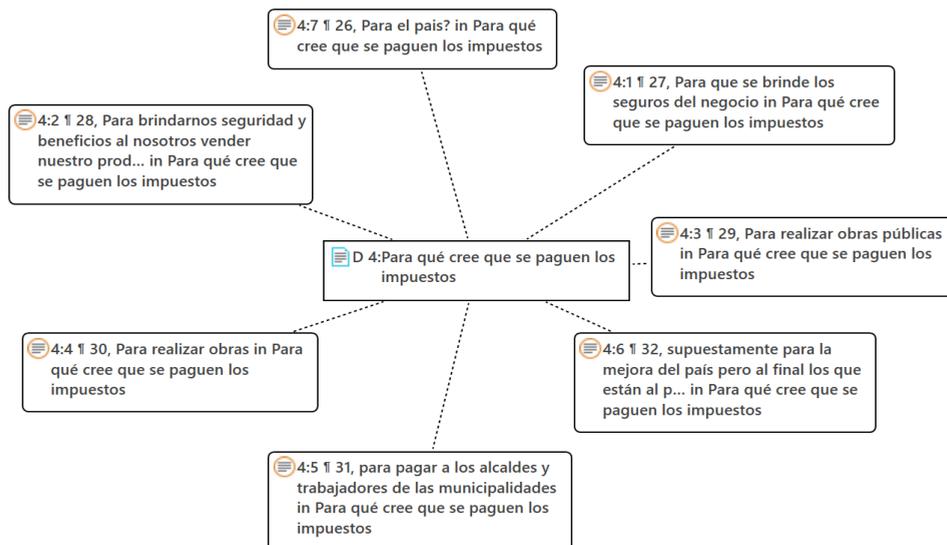


Nota. Red de citas obtenidas por una entrevista y procesadas por el software Atlas.ti.

La pregunta sobre las razones por las cuales las personas optan por no formalizar sus negocios revela una variedad de motivaciones y obstáculos percibidos, varias respuestas señalan la falta de información y conocimiento sobre los beneficios y procedimientos de la formalización como un factor determinante, la percepción de que se requiere una gran cantidad de documentación y requisitos puede resultar abrumadora y desalentadora para aquellos que no están familiarizados con el proceso, otro factor significativo es la preocupación por los impuestos y la percepción de que la formalización puede resultar en una carga financiera adicional, algunos empresarios pueden temer que los impuestos reduzcan sus ganancias o que el proceso de cumplimiento fiscal sea demasiado complejo. Por lo que, Lavado y Yamada, (2021) en la investigación que realizaron determinaron que la informalidad está estrechamente relacionada a la formación económica de un país, siendo este un punto interesante, pero no se puede dejar de lado que la educación que se recibe es primordial para poder conseguir un desarrollo en el marco económico de un país.

Figura 4

Subcategoría 4 Pago de impuestos ¿Para qué cree que se paguen los impuestos?



Nota. Red de citas obtenidas por una entrevista y procesadas por el software Atlas.ti.

La pregunta sobre el propósito de pagar tributos arroja una serie de respuestas que reflejan una variedad de percepciones, algunas respuestas sugieren que estos tributos se destinan al beneficio del país en su conjunto, financiando servicios públicos como seguros, seguridad, y obras públicas, en este entendimiento los tributos son vistos como una contribución necesaria para el desarrollo y el bienestar colectivo, sin embargo, también se evidencian opiniones críticas respecto al destino de estos fondos, algunas respuestas sugieren escepticismo sobre la eficacia y la transparencia en el uso de los tributos, insinuando que parte de estos recursos pueden ser desviados o malgastados por los funcionarios o líderes en el poder, en lugar de ser invertidos en beneficio público. Se puede evidenciar que para poder recaudar tributos en las municipalidades, afecta el conocimiento que se tiene el uso de estos, es por ello que se encuentra una gran negativa en la población, sin embargo se desconoce la importancia que tiene para el desarrollo (Rojas y Barbarán, 2021).

CONSIDERACIONES FINALES

Para abordar la informalidad en los emprendimientos de Tarma, es fundamental priorizar la formalización tributaria como una estrategia clave para impulsar el crecimiento económico sostenible, esto implica llevar a cabo una investigación

exhaustiva sobre las causas y consecuencias del miedo a la formalización en la ciudad, con el fin de diseñar políticas y programas específicos que aborden estas barreras. Además, se debe destacar la importancia de la educación tributaria para aumentar la comprensión de los empresarios sobre las obligaciones y beneficios de la formalización, al mismo tiempo que se fortalecen los mecanismos de control de la evasión fiscal para garantizar un ambiente empresarial justo y equitativo, este enfoque integral, centrado en la investigación, la educación y el control, es fundamental para promover la formalización de los negocios y contribuir al desarrollo económico sostenible de Tarma.

Tomando en cuenta las diversas percepciones y experiencias de los emprendedores respecto a los requisitos para formalizar un negocio en Tarma, es fundamental adoptar un enfoque holístico que reconozca tanto los desafíos como las oportunidades que este proceso implica, si bien algunos pueden expresar frustración debido a la complejidad y la cantidad de trámites involucrados, otros podrían no tener una comprensión clara de dichos requisitos, lo que sugiere la necesidad de proporcionar orientación y recursos adecuados, es importante destacar que, a pesar de estos desafíos, existen beneficios significativos asociados a la formalización empresarial, como acceso a créditos, participación en licitaciones y una mayor credibilidad ante clientes y proveedores. Sin embargo, es crucial reconocer que los requisitos no son el único factor que contribuye a la informalidad, ya que también intervienen factores económicos, políticos y sociales,

Analizando las dificultades y riesgos asociados con la informalidad empresarial en Tarma, es crucial adoptar medidas para fomentar la formalización de los negocios, estos inconvenientes incluyen multas por no estar formalmente constituido, la incapacidad para acceder a beneficios como seguro social o créditos, así como la confiscación de productos por parte de las autoridades, generando pérdidas financieras e inseguridad en la operación del negocio, además, la informalidad puede dificultar la búsqueda de un espacio comercial adecuado, aunque algunas respuestas indican que no se han experimentado inconvenientes específicos hasta el momento, es fundamental reconocer que la informalidad no solo afecta a los empresarios, sino también al país en su conjunto, obstaculizando la inversión pública y el desarrollo sostenible a nivel nacional.

Observando las diversas razones por las cuales las personas optan por no formalizar sus negocios en Tarma, es esencial abordar los obstáculos percibidos y motivaciones subyacentes para fomentar la formalización, la falta de información

y conocimiento sobre los beneficios y procedimientos de la formalización, junto con la percepción de una carga financiera adicional debido a los impuestos, son factores clave que deben ser atendidos, la complejidad percibida del proceso y la preocupación por el impacto en las ganancias también son desafíos significativos.

Contemplando las diversas percepciones sobre el propósito de pagar tributos en Tarma, es fundamental abordar tanto la importancia de estos impuestos para el desarrollo y bienestar colectivo, como las preocupaciones sobre la transparencia y eficacia en su uso. Mientras algunas respuestas destacan la contribución necesaria de los tributos para financiar servicios públicos y obras, otras reflejan escepticismo sobre el destino de estos fondos, sugiriendo posibles desvíos o malgastos, la falta de conocimiento claro sobre el uso de los tributos puede alimentar la negatividad hacia la recaudación fiscal. Sin embargo, es importante destacar la importancia de la recaudación tributaria para el desarrollo local.

REFERENCIAS

- ARIAS, D. J. Z., QUINTERO-ARANGO, L. F., & Piñeros, S. T. (2023). COVID-19 E INFORMALIDAD EN PRESTADORES DE SERVICIO TURÍSTICO EN LOS DEPARTAMENTOS DE CUNDINAMARCA Y ANTIOQUIA, COLOMBIA. *Turismo y Sociedad*, 33, 323-337. <https://www.redalyc.org/journal/5762/576275728015/576275728015.pdf>
- Benites, F. M. R., & Mozo, H. P. B. (2021). Gestión de la recaudación tributaria en las municipalidades del Perú. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(5), 1022-10234. <https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1067>
- Cáceres, J. M., & Soto, J. N. (2020). Niveles de recaudación tributaria e inversión pública a nivel departamental en el Perú, 2008-2017. *Revista Ciencia UNEMI*, 13(33), 108-119. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8375326>
- Camargo, Z. R. L., Gálvez, E. I. T., Rodríguez, E. L. O., & Camargo, J. L. (2023). Evasión tributaria y su incidencia en la recaudación del impuesto a la renta en Perú. *Revista de ciencias sociales*, 29(7), 420-432. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9034448>
- Cardenas, G. (2020). La educación tributaria en el Perú: una alternativa para mejorar el cumplimiento de las obligaciones tributarias. *Revista In Crescendo*, 11(2), 241-258. <https://pdfs.semanticscholar.org/a480/5a0e62b549f3642378dfbad62e69ef7867a7.pdf>
- Carrión, E. M. A., Guerra, R. R., Miranda, O. M. A., & Sotelo, C. G. M. (2021). La economía informal en tiempos de pandemia: Una crisis anunciada The informal economy in time of pandemic. *UCV-SCIENTIA*, 13(2), 21-33. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8226255>

- Chávez, Z. W. P. (2021). La dificultad del Estado para formalizar la minería informal del oro en Madre de Dios. *Acta Jurídica Peruana*, 4(2), 70-82. <http://revistas.autonoma.edu.pe/index.php/AJP/article/view/285>
- García, M. K. C., & Lalangui, M. A. R. (2023). Fomento de la cultura tributaria a través de Centros de Asesoría Fiscal: Impacto del NAF sobre la recaudación y el conocimiento del Cantón Machala. *TECHNO REVIEW. International Technology, Science and Society Review/Revista Internacional de Tecnología, Ciencia y Sociedad*, 14(3), 1-15. <https://journals.eagora.org/revTECHNO/article/view/4834>
- Gil, M. I. G., Prado, C. E. R., & Sánchez, M. A. C. (2021). Impacto de la informalidad en la evasión tributaria de las bodegas del distrito de Ferreñafe, Perú. *HORIZONTE EMPRESARIAL*, 8(1), 302-310. <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/1632>
- Kamichi Miyashiro, M. J. (2023). La realidad de la informalidad en el Perú previo a su bicentenario. *Desde el Sur*, 15(1). <http://www.scielo.org.pe/pdf/des/v15n1/2415-0959-des-15-01-e0013.pdf>
- Lavado, P., & Yamada, G. (2021). Empleo e informalidad laboral en la nueva normalidad. https://cies.org.pe/wp-content/uploads/2021/04/15._dp_empleo.pdf
- Manayay, D. T. (2020). El empleo informal en el Perú: Una breve caracterización 2007-2018. *Pensamiento Crítico*, 25(1), 51-75. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/econo/article/view/18477/15513>
- Mongelos, M., Meza, O., Valiente, R., Lysak, E., & Iberbuden, E. (2022). Informalidad tributaria en pequeños negocios y la oportunidad de formalización mediante el régimen IRE RESIMPLE en la ciudad de Lambaré 2022. *Revista Científica Empresarial Mba'apoha*, 1(2), 37-56. <https://ojs.uep.edu.py/index.php/FCE/article/view/288>
- Navarro, M. J. R. (2023). El fenómeno de la informalidad en el Perú: Desafíos y oportunidades para la Seguridad Nacional. *Revista Cuadernos de Trabajo*, (25), 41-53. <https://revistas.caen.edu.pe/index.php/cuadernodetrabajo/article/view/62>
- Ortiz Raad, C. G. (2021). *Cultura tributaria y formalización en el sector comercial* (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2021). <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5831>
- Romero, M. D. R. C., Tello, M. F. R., Abanto, S. E. S., & de la Cruz, A. S. V. (2021). Cultura tributaria e intención de formalización de los emprendedores bodegueros del Distrito de Morales-San Martín, 2021. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 2(4), 165-179. <https://www.journals.sapienzaeditorial.com/index.php/SIJIS/article/view/153>
- Sánchez, M. A. C., Chero, M. J. S., Sánchez, L. D. C. C., & Prado, C. E. R. (2021). Cultura tributaria y su relación con la evasión fiscal en Perú. *Revista de ciencias sociales*, 27(3), 204-218. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081767>

CAPÍTULO XI

EVALUACIÓN DE LA CULTURA EMPRENDEDORA EN TARMA, PERÚ

Rocio Pilar Leguia-Quíñonez

 Universidad Nacional Autónoma Altoandina de Tarma, Perú

 0009-0000-7770-4426

 76929993@unah.edu.pe

Según Jiménez y Saldaña (2023) los distintos textos examinados, mencionan que la cultura emprendedora, hace referencia a la implementación y ejecución de un modelo de negocio por todo individuo que emprende negocios, bajo este marco estas deben impulsar criterios de innovación y creatividad para poder ejecutar su idea de emprendimiento, que estas van a estar orientadas al desarrollo de producto, también pone énfasis la importancia de las alianzas estratégicas. Un mediador económico que genera oportunidades y transforma la dinámica de la economía, posteriormente, el emprendedor se puede ser considerado como innovador, ya que determina, insta para aprovechar las oportunidades, teniendo las habilidades y capacidades de competencia, destreza para tomar decisiones acertadas y asumir riesgos (Angulo y Moreno, 2021).

Según un estudio de Miñano et al. (2023) la cultura de emprendimiento en Perú, pone en evidencia la gran problemática que existe, donde la falta orientación, se ha convertido en uno de los grandes obstáculos para que una empresa se pueda desarrollar y llegar a la rentabilidad de los emprendedores, lo que afecta de manera negativa los ingresos y perpetuando la desigualdad económica que conlleva a la pobreza, es por ello que para el buen desarrollo de la cultura de emprendimiento se requiere el apoyo de muchos factores, ya que el objetivo

de cada emprendedor debe ser el crecimiento empresarial. Otras definiciones del emprendimiento señalan que es una actividad multifacética, describiendo al emprendedor como un individuo atrevido y arriesgado con sus ideas, estas se caracterizan por ser innovadoras (Vallejos-Saldarriaga et al., 2020).

Los autores Vargas y Uttermann (2020) mencionan que para desarrollar las competencias de un emprendedor estas deben estar encaminadas a su entorno y características socioculturales, asimismo en su conducta, donde se debe poner énfasis en temas y programas curriculares que capten la atención para darles una perspectiva diferente, donde piensen como empresarios y no como empleados, mediante estas competencias se fomenta el emprendimiento. En tal sentido también el emprendimiento podría estar involucrado en un modelo de gobernabilidad neoliberal siendo el estado el que transfiere responsabilidades.

Es de vital importancia que los emprendimientos de la economía tengan en cuenta los siguientes indicadores como las finanzas, la calificación empresarial, sostenibilidad, contabilidad y los diferentes factores que nos permitan analizar y medir las fuerzas internas como las debilidades y fortalezas con el propósito de mejorar las áreas de la empresa que afectan la competitividad (Baque et al., 2020). Es decir que para el crecimiento sostenido de un emprendimiento es importante analizar los factores internos y externos. Almendariz et al. (2021) mencionan la importancia del emprendimiento, siendo una medida que ayuda a la economía de las familias de todo el mundo y es un pilar importante de la sociedad.

Desde la posición Araya-Pizarro (2021) se plantea que la enseñanza sobre la creación de empresas y la iniciativa de negocios es esencial para el desarrollo social y económico de una determinada sociedad, en este caso en los jóvenes que son el futuro del país. Por otro lado, en países tercermundistas o países débiles, el emprendimiento puede conseguir el desarrollo sostenible, en estos casos se plantea e implementa con un enfoque práctico, donde el desarrollo económico es la base para todo (Guilarte-Barinaga et al., 2023).

El desempleo, es una preocupación mundial que aquejan todos los países del mundo, pero en gran porcentaje los países tercermundistas, debido a esto el emprendimiento se entiende como la creación de ideas de negocio y nuevas empresas, se convirtió en una materia de gran interés porque tiene potencial para combatir la pobreza que deriva del desempleo (Marulanda et al., 2014).

Para que se fomente la cultura de emprendimientos en una determinada localidad es necesario tener en cuenta diferentes factores que afectan al rendimiento y crecimiento de este y además analizar las características que deben tener los emprendedores. Hay muchos estudios similares que respaldan y analizan la cultura de emprendimiento:

Ejemplos de vínculos se puede encontrar en el estudio en la universidad Austral de Chile implemento una capacitación y programas exhaustivos de emprendimiento, aprendizaje, y desarrollo de habilidades para aplicarlos con los alumnos de la universidad, donde tuvo como resultado la creación de un curso o asignatura que permitió el desarrollo de proyectos de emprendimientos, de los cuales se generaron 39 proyectos estudiantiles y aplicativos (Colther, 2020).

En el estudio de Pacheco-Ruiz (2022) en la “caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario” menciona que a la medida que cuanto más antes se desarrollen procesos tempranos, existen alto nivel de oportunidades para la creación de emprendimiento de los estudiantes, donde se han identificado los ejemplos y modelos de emprendimientos exitosos que han dejado historia en la sociedad, demás, se ha llegado a la conclusión de que el emprendedor no es el único que decide si un negocio es exitoso o no, puesto que el entorno social y económicos de la actualidad propician el apoyo correspondiente.

Existen varios métodos para fomentar el emprendimiento, es por ello que en el estudio de “El método de proyectos en el desarrollo de la cultura emprendedora” menciona que el diseño y métodos de proyectos es fundamental y una herramienta para la enseñanza e incentiva el emprendimiento, se realizó la muestra de estudiantes de 4^a y 5^a de secundaria, donde se concluyó que la elaboración de proyectos permite a los alumnos adquirir habilidades que son importantes para el sector empresarial (Tipiana y Morote, 2023).

La formación de emprendimientos es muy importante para el desarrollo empresarial, impactando significativamente en las intenciones empresariales de los alumnos, a través de una articulación indirecta, de esta manera influye en las actitudes hacia el mundo empresarial, procurando el espíritu emprendedor (Sandoval-Álvarez et al., 2022).

La investigación fue de enfoque cualitativo, que se distribuye en 01 categoría: Sistema cultural empresarial y 02 subcategoría, siendo la primera el ser humano y la segunda el ambiente, se utilizó la técnica de investigación: entrevista

estructurada con instrumento: guía de entrevista de 10 preguntas, 5 de cada sub-categoría. La población y muestra estuvo conformado por 5 emprendedores de diferentes rubros de la ciudad de Tarma, determinadas por oportunidad o conveniencia, para el procesamiento de la información se utilizó el software Atlas.ti9, y el gestor de referencias.

Tabla 1*Cuadro de categorización*

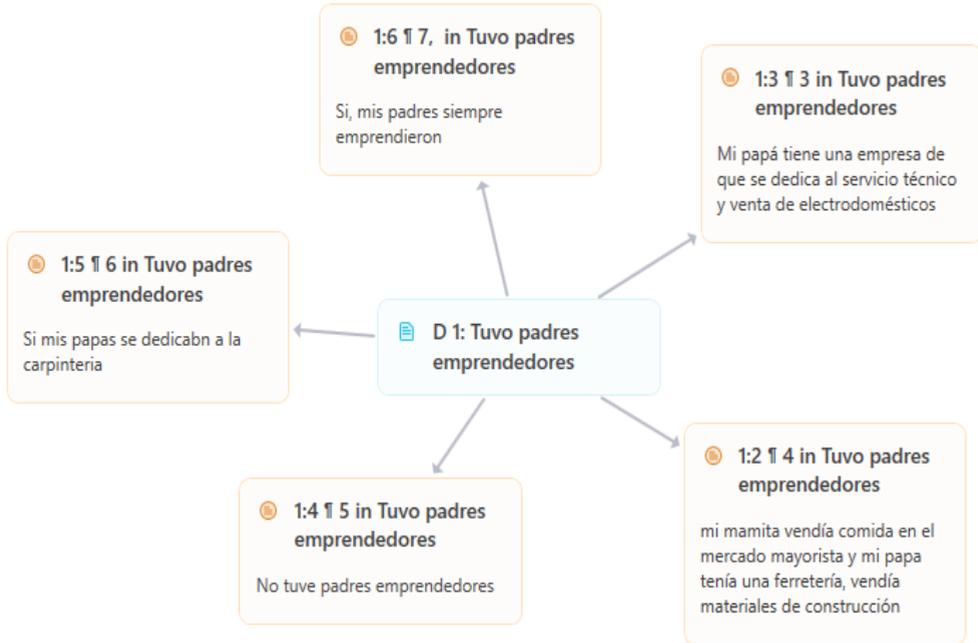
	Definición conceptual	Definición operacional	Subcategoría	Definición conceptual	Técnica: Entrevista	Técnica: Entrevista
Sistema cultural empresarial	La generación de nuevas empresas es muy importante porque fomenta el desarrollo económico y social. Si en una determinada región las empresas logran mantenerse e incrementar nuevas empresas, las oportunidades de empleo para la sociedad se incrementará (Varela, 2008).	En la siguiente investigación la categoría es (Sistema cultural empresarial), donde se evaluará a través de una entrevista, que está constituida por 8 preguntas.	Ser humano	Surgimiento de emprendedores, personas con potencial de crear empresas. Los empresarios son seres humanos, lo cual se exige procesos de educativo y constante capacitación para sacar adelante la carrera empresarial. (Varela, 2008).	Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista	1. ¿Tuvo padres emprendedores? 2. ¿Cuál fue su principal motivación para crear una empresa? (necesidad de independencia, desarrollo personal, conciliación vida familiar y laboral, mayores ingresos, salida al desempleo, etc.) 3. ¿Ha conseguido mantener un equilibrio satisfactorio entre trabajo y vida personal? 4. ¿Qué características personales suyas considera que fueron especialmente importantes para alcanzar el éxito con esta empresa en particular? 5. ¿Cuáles son los planes de futuro para la empresa?
			Ambiente	Involucra el desarrollo de situaciones favorables, donde es importante que existe entidades de apoyo donde simplifique al empresario su actividad (Varela, 2008).	Técnica: Entrevista Instrumento: Guía de entrevista	6. ¿Considera que el entorno (personal, social o político) era favorable a la actividad empresarial antes de crear la empresa? 7. ¿Hubo algún momento crítico en el desarrollo de la empresa en el que casi fracasa? 8. ¿Cómo cree que el entorno personal puede influir hoy y en el futuro en su actividad empresarial? 9. ¿Cómo cree que el entorno social puede influir hoy y en el futuro en su actividad empresarial? 10. ¿Cómo cree que el entorno, político puede influir hoy y en el futuro en su actividad empresarial?

Nota. Datos tomados Innovación empresarial de Varela (2018).

SER HUMANO

Figura 1

Respuestas de la pregunta ¿Tuvo padres emprendedores?

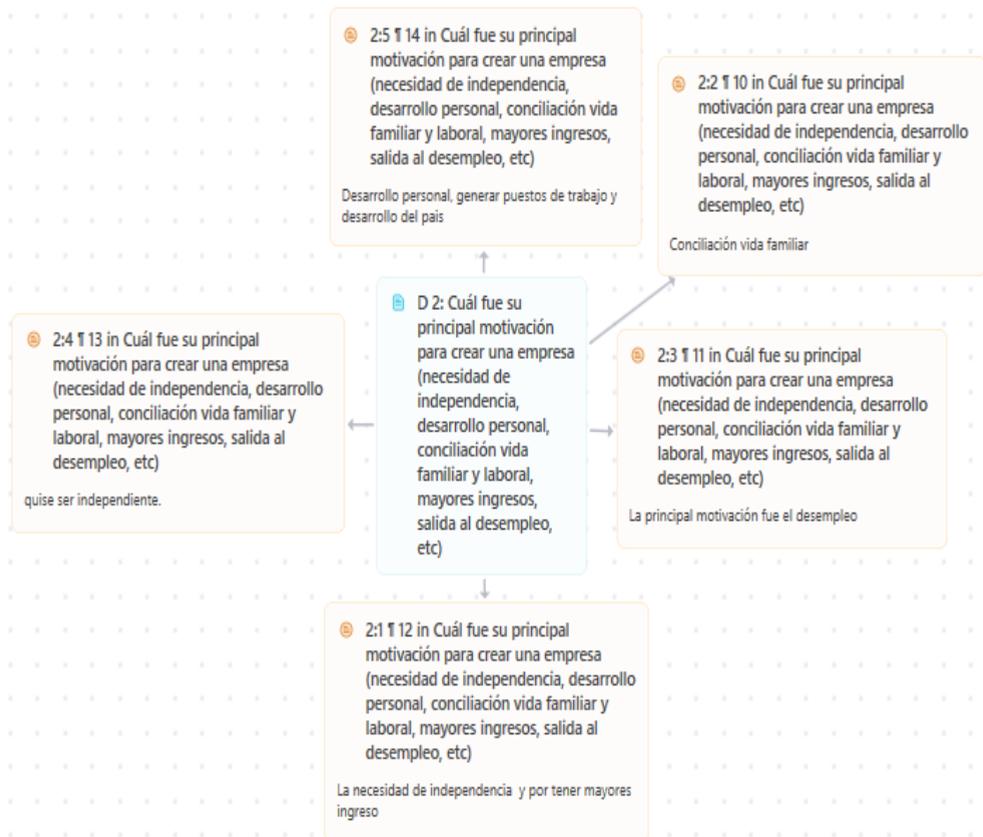


Nota. Elaboración propia mediante Atlas. Ti

Cuando se le pregunta al entrevistado si ¿tuvo padres emprendedores? Ellos responden mis padres siempre emprendieron, mis papas tenían una carpintería, no tuve padres emprendedores, mi mamá vendía comida en el mercado y mi papa se dedicaba al servicio técnico. Según el autor Blanco (2021) menciona que la influencia de sus padres en el tema del emprendimiento influyo en ser un exitoso empresario, teniendo a su madre empresaria y su papá médico que fueron su ejemplo de vida, donde enfatiza que la influencia de los padres lo prepararon para el camino de ser un empresario. Para Sarah-Treanor (2013) menciona que si provienes de un entorno donde todos son empleados, es más complicado empezar y suele ser aterrador, pero no es determinante porque el ser empresario viene de la genética y la pasión que sientes. En este sentido podemos decir que tener padres emprendedores puede ser un factor que influya en que una persona sea empresario, pero también no sólo depende de eso, también depende los factores y motivaciones personales.

Figura 2

Respuestas de la pregunta ¿Cuál fue su principal motivación para crear una empresa? (necesidad de independencia, desarrollo personal, conciliación vida familiar y laboral, mayores ingresos, salida al desempleo, etc.)



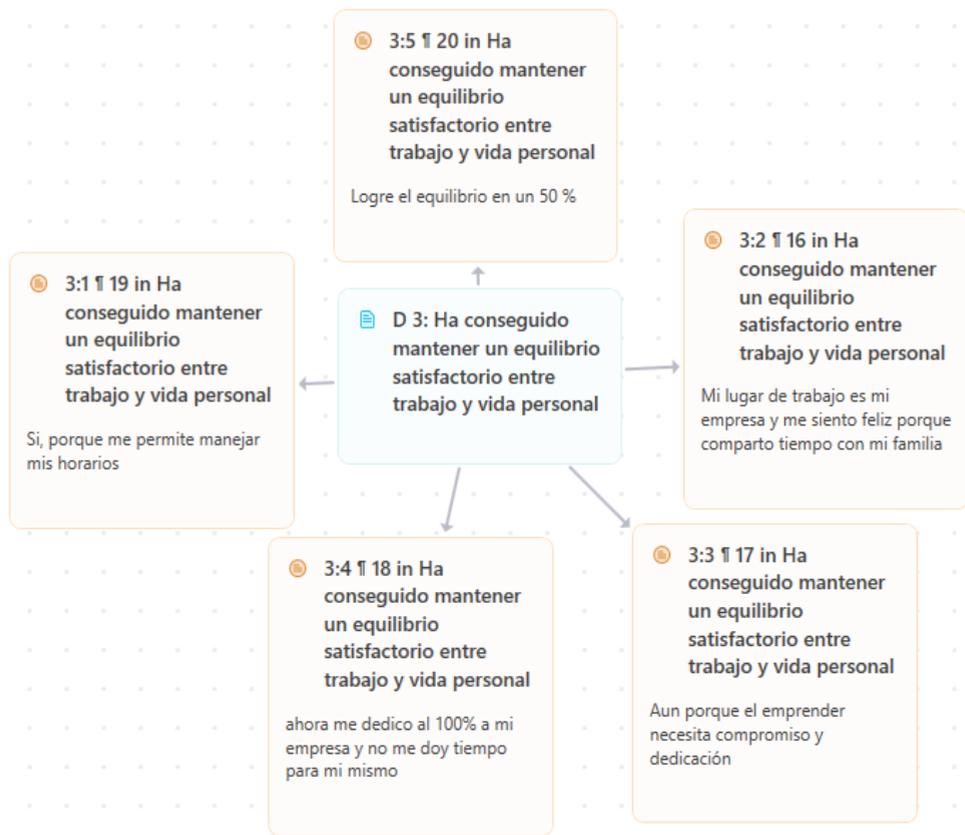
Nota. Elaboración propia mediante Atlas. Ti

En la segunda pregunta cuando se les pregunta a los entrevistados ¿Cuál fue su principal motivación para crear una empresa? (necesidad de independencia, desarrollo personal, conciliación vida familiar y laboral, ingresos, salida al desempleo, etc.). Ellos respondieron: necesidad de independencia y mayores ingresos, el desempleo, deseo de ser independiente, desarrollo personal y generar puestos de trabajo, y por último conciliación de vida familiar. En el artículo de “Entorno y motivaciones para emprender” de la autora Ángela et al. (2016) en sus resultados de su investigación menciona que la motivación principal fue la necesidad de independencia en un 67% de todos sus encuestados, siendo el más importan-

te factor, en segundo lugar, fue el factor mayores ingresos. Para el autor Sastre (2021) en su artículo “La motivación principal para el éxito de un emprendimiento” la motivación principal es la independencia económica, como segundo lugar la independencia laboral, porque eligen manejar sus propios horarios. En ambos autores coinciden que la motivación principal es la independencia, los emprendedores de la ciudad de Tarma muestran características similares, pero el desempleo también fue un motivador en las respuestas de los entrevistados.

Figura 3

¿Ha conseguido mantener un equilibrio satisfactorio entre trabajo y vida personal?



Nota. Elaboración propia mediante Atlas. Ti.

En la tercera pregunta cuando se les formuló la pregunta a los entrevistados ¿Ha conseguido mantener un equilibrio satisfactorio entre trabajo y vida personal? Ellos respondieron: si, porque me permite manejar mis horarios, logré

el equilibrio a un 50%, mi lugar de trabajo es mi empresa, y es mi propia casa, me siento feliz porque comparto tiempo con ellos, aun no porque el emprender necesita compromiso y dedicación y por último ahora me dedico al 100% a mi empresa y no tengo para mí. El autor Echeverri-Sánchez et al. (2018) mencionan que es relativo el equilibrio entre la vida personal y el trabajo, ya que cuando inicias un negocio o emprendimiento, a los inicios demanda tiempo y recursos para que se pueda mantener en el mercado, teniendo tiempo reducido para compartir tiempo con la familia y otras actividades. Sin embargo, los autores Alves et al. (2018) mencionan el proceso del equilibrio depende del empeño personal y de las acciones que la empresa pueda tomar en torno a su cultura. Teniendo los resultados de los emprendedores de la ciudad de Tarma el 50 % respondieron que aún no lo encuentran porque están en la fase de inicios de su empresa, y el otro 50% ya encontraron cierta estabilidad ya se sea la familia y otros.

Figura 4

Respuestas de ¿Qué características personales suyas considera que fueron especialmente importantes para alcanzar el éxito con esta empresa en particular?

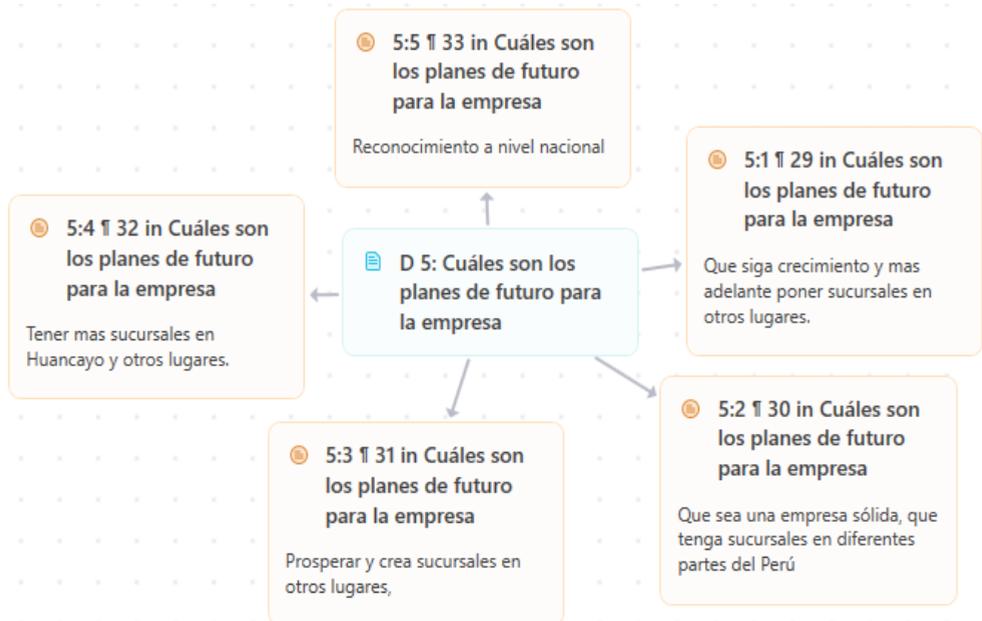


Nota. Elaboración propia mediante Atlas. Ti.

Las respuestas de los entrevistados de la pregunta. ¿Qué características personales suyas considera que fueron especialmente importantes para alcanzar el éxito con esta empresa en particular? Ellos respondieron: disciplina y perseverancia, trato a los clientes, amabilidad, perseverancia, puntualidad, tener conocimiento en el tema, constancia, amabilidad, perseverancia, buen trato, experiencia acumulada en trabajos anteriores. Según los autores Adie-Villafañe & Cárdenas-Ortiz (2021) mencionan que las características que un emprendedor debe tener es la confianza en sí mismo, el espíritu de superación, gestionar su trabajo, tener habilidades de comunicación, ser optimista. Para el autor Nadales-Rodríguez (2018) menciona que la clave para llevar al éxito una empresa es la innovación. De esta manera la cualidad marcada de los emprendedores de Tarma es la perseverancia, pero nadie menciona la innovación siendo uno de las cualidades más importantes para llevar al éxito una empresa.

Figura 5

Respuestas de la pregunta. ¿Cuáles son los planes de futuro para la empresa?



Nota. Elaboración propia mediante Atlas. Ti.

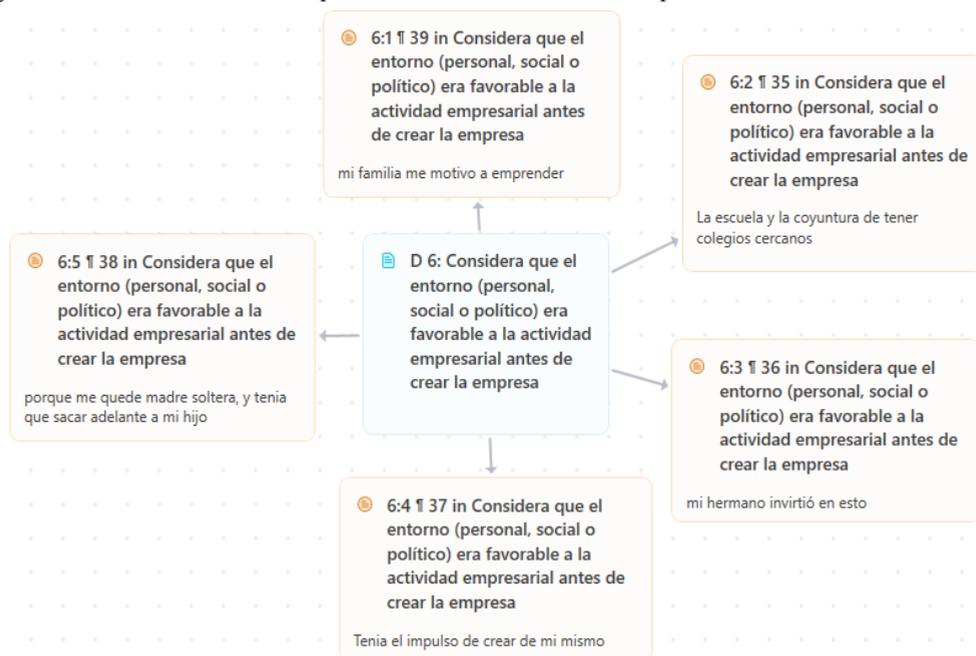
Cuando se les pregunto a los entrevistados. ¿Cuáles son los planes de futuro para la empresa? Ellos respondieron tener sucursales en Huancayo, reconocimiento a nivel nacional, que siga creciendo y tener sucursales, que sea una empresa sólida y tener sucursales, prosperar y crear sucursales. Según los autores Quiroz et al. (2020)

menciona que para tener una visión futurista de una empresa se debe elaborar el plan estratégico empresarial, en ella se establecerán visión, objetivos, estrategias y acciones para lograr el crecimiento de la empresa. Pero para el autor Malhotra & Malhotra (2023) menciona que lo más importante para el crecimiento de una empresa es el desarrollo de la imagen o la marca, donde la imagen ayuda a crear una impresión excelente con tu entorno y tendrás más oportunidades de negocios en el sector, asimismo es importante desarrollar estrategias de marketing. En las empresas de Tarma, todos mencionaron que desean crecer y tener sucursales, pero nadie tiene un plan para ejecutarlo, sólo se queda en una idea o un sueño, la mayoría de empresas entrevistadas llevan años en el mercado y no han crecido, solo se mantienen en el mismo lugar. Para poder crecer se deben implementar un plan estratégico empresarial y un plan adecuado de marketing para el posicionamiento de marca, pero es un trabajo arduo que se tiene que realizar.

AMBIENTE

Figura 6

Respuestas de la pregunta ¿Considera que el entorno (personal, social o político) era favorable a la actividad empresarial antes de crear la empresa?

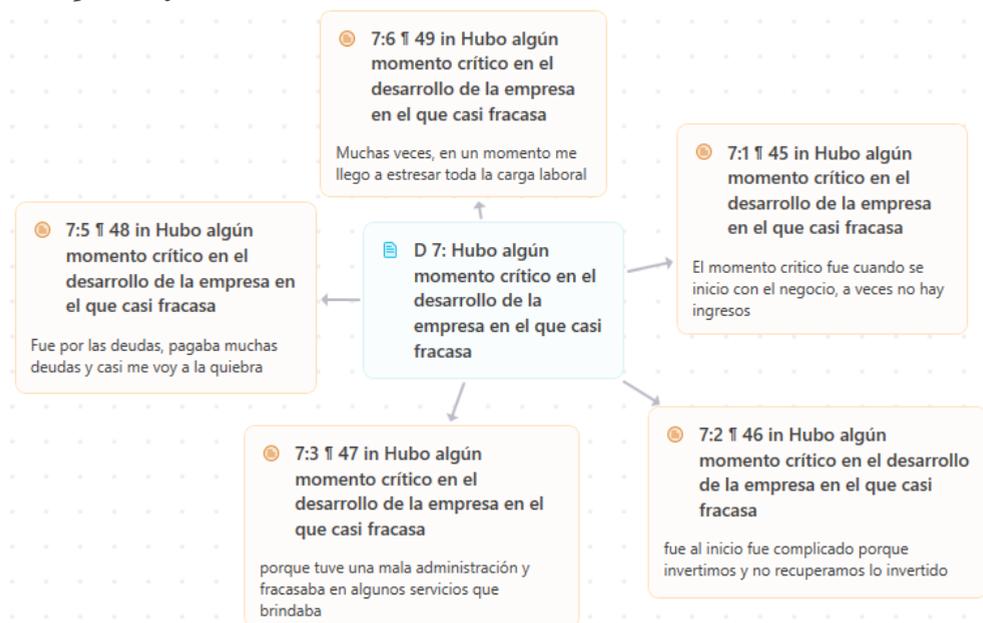


Nota. Elaboración propia mediante Atlas. Ti.

Cuando se les pregunto a los entrevistados ¿Considera que el entorno (personal, social o político) era favorable a la actividad empresarial antes de crear la empresa? Ellos respondieron; tenía el impulso de crear algo para mí mismo, porque me quedé madre soltera y tenía que sacar adelante a mi hijo, mi familia me motivó a emprender, la coyuntura y mi hermano invirtió en mi negocio. El autor Montoya-Rendón (2019) menciona la motivación para iniciar un emprendimiento es la independencia financiera, independencia laboral. Pero para el autor Orihuela-Ríos (2022) menciona que los factores que impulsan a una persona a crear su empresa son la necesidad de supervivencia, la pobreza es un impulso enorme, pero el factor capital para iniciar es un limitante. En el análisis de la ciudad de Tarma, los entornos para algunos fueron favorables porque tuvieron el apoyo de la familia, evaluaron la coyuntura, pero en algunos casos como la emprendedora que se quedó madre soltera, fue la necesidad de sacar adelante a su hijo. Para iniciar una empresa muchas veces nuestro entorno puede ayudarnos o dificultarnos, pero lo más importante es tener claro nuestros objetivos y creer en nuestra idea.

Figura 7

Respuestas de la pregunta ¿Hubo algún momento crítico en el desarrollo de la empresa en el que casi fracasa?

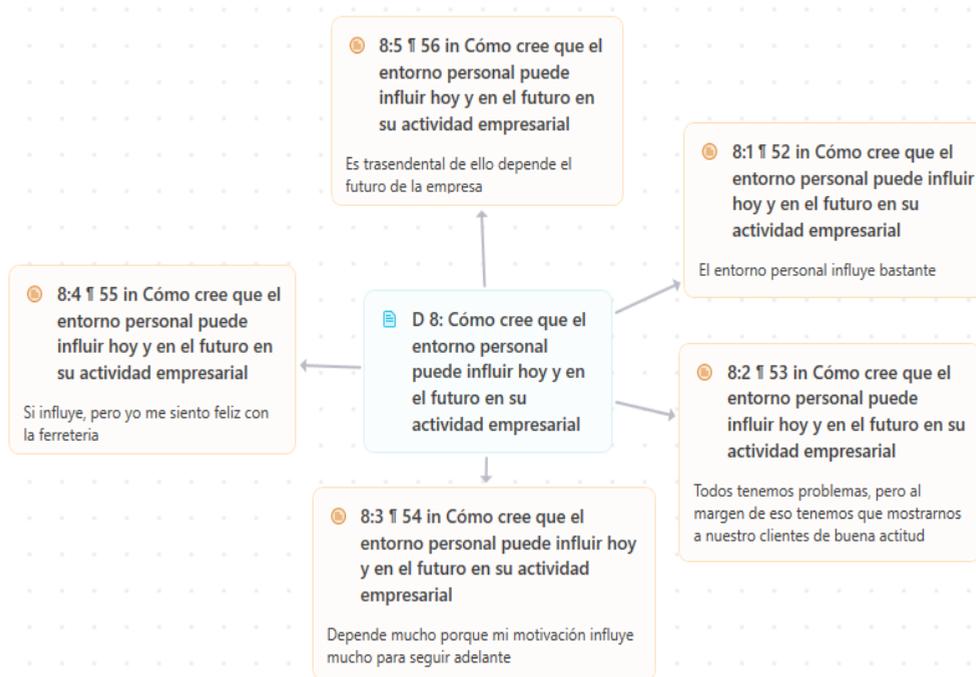


Nota. Elaboración propia mediante Atlas. Ti.

Cuando se les pregunta a los entrevistados ¿Hubo algún momento crítico en el desarrollo de la empresa en el que casi fracasa? Ellos respondieron: cuando se inició la empresa y no había ingresos, fue al principio y no recuperábamos la inversión, si, por una mala administración, si, fue por las deudas y casi me voy a la quiebra, sí, me estresé con la carga laboral y quise abandonar. El autor Domingo Terreno et al. (2017) menciona en su investigación menciona que el ciclo de vida que tiene más riesgo de insolvencia es la parte de la introducción o inicial de la empresa, pero el autor García-Pérez et al. (2003) contradice al autor anterior donde enfatiza que la parte con más riesgo de insolvencia es la fase de declinación, donde la empresa tiene muchas deudas, donde las actividades de inversión son negativos, conllevando a su renegociación. Al analizar a los 2 autores coinciden con los resultados obtenidos en los empresarios de la ciudad de Tarma, donde enfatizan en su mayoría que el momento crítico fue cuando iniciaron su empresa y cuando se cumularon deudas, teniendo riesgo de insolvencia.

Figura 8

Respuestas de la pregunta ¿Cómo cree que el entorno personal puede influir hoy y en el futuro en su actividad empresarial?

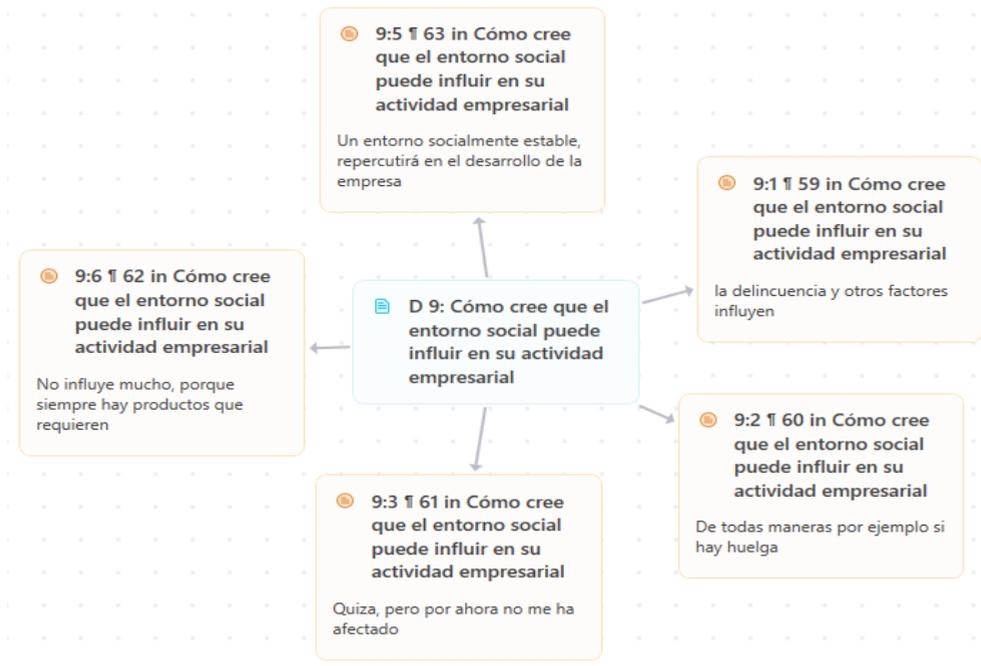


Nota: Elaboración propia mediante Atlas. Ti.

Cuando se les realizó la pregunta a los entrevistados. ¿Cómo cree que el entorno personal puede influir hoy y en el futuro en su actividad empresarial? Ellos respondieron: mi motivación depende mucho para salir adelante, si influye, es trascendental de ello depende mucho el futuro de la empresa, el entorno personal influye bastante y todos tenemos problemas, pero debemos mostrar a nuestros clientes una buena actitud. Los autores Borre et al. (2021) en su investigación sobre “factores que influyen en la intención de emprender” los resultados mostraron que la familia es un determinante para un emprendedor, además si tienes una familia que fomenta la cultura empresarial y moldean al individuo, pero si ese factor es débil puede afectar al emprendedor de manera negativa. Pero para el autor Ponce-Núñez (2007) menciona que la conciliación entre la vida personal y empresarial es un reto tanto para los empleadores y empleados, por ende, es importante entrar en una conciliación, donde se establezcan principios y acuerdos mutuos. El entorno personal es un factor influyente en los emprendedores Tarmaños, pero no es un determinante.

Figura 9

Respuestas de la pregunta ¿Cómo cree que el entorno social puede influir hoy y en el futuro en su actividad empresarial?



Nota: Elaboración propia mediante Atlas. Ti.

Cuando se les realizó la pregunta a los entrevistados. ¿Cómo cree que el entorno social puede influir hoy y en el futuro en su actividad empresarial? Ellos respondieron: de todas maneras, por ejemplo, si hay huelga debemos cerrar, quizá, pero no me ha afectado, no influye mucho, un entorno socialmente estable repercutirá en el desarrollo de la empresa, la delincuencia y otros factores influyen. Para los autores Palomino et al. (2023) menciona que los factores sociales no influyen significativamente sobre la empresa a comparación con los factores económicos. Pero los autores Leporati et al. (2020) tienen una perspectiva diferente en torno a lo social, que hace referencia al conocimiento de otros emprendedores, estas pueden influir de manera positiva que repercutirán en el futuro, haciendo un entorno socialmente amigable para los empresarios. El entorno social no influye en las actividades de la empresa de los empresarios Tarmaños, a excepción de casos extremos como las huelgas en el lugar, pero Tarma es una ciudad pacífica que no es afectada por factores sociales extremos, y los mismos emprendedores lo afirman que no sienten que el entorno social no es una amenaza a sus actividades.

Figura 10

Respuestas de la pregunta ¿Cómo cree que el entorno, político puede influir hoy y en el futuro en su actividad empresarial?



Nota: Elaboración propia mediante Atlas. Ti.

Cuando se les pregunto a los entrevistados ¿Cómo cree que el entorno, político puede influir hoy y en el futuro en su actividad empresarial?, ellos respondieron: afecta de gran manera porque los políticos no apoyan, no influye la política, creo que no afecta, si influye, pero no es determinante, cualquier movida política afecta todos los sectores. El autor Gómez et al. (2006) concluye que existen leyes y normas que apoyan a la Mypes, pero están no están claros, y pareciera que están creadas sólo para dificultar al emprendedor. Pero el autor (Becerra-Palacios et al. (2024) enfatizan que las decisiones políticas si influyen en las actividades de la empresa, tal es el caso del financiamiento que se dio a los empresarios en la pandemia y de qué manera influyó en el futuro de las empresas beneficiarias. Los empresarios de Tarma si consideran que influye en un 50 % y el resto menciona que no, pero la realidad es que las decisiones políticas si influyen de gran manera en las actividades empresariales, las leyes y normas regulan el sector empresarial, si bien es cierto algunas leyes generan ambigüedades, pareciera que no apoyan al sector, pero el estado también brinda oportunidades de crecimiento mediante proyectos de financiación a las Mypes. Considero que las empresas deben aprovechar las oportunidades que el estado brinda o ser partícipes de ellos, por ejemplo, ser un proveedor del estado.

CONSIDERACIONES FINALES

El sistema cultural empresarial en Tarma está en etapa de transición, pero la importancia de la generación de nuevas empresas y que estas se mantengan en el mercado trae beneficios para la localidad, generando puestos de trabajo y bienestar para la sociedad.

Los emprendedores son individuos que llevan a cabo la actividad empresarial, teniendo varios factores que influyen en las decisiones de crear una empresa y su crecimiento:

La mayoría de los emprendedores Tarmaños tienen un referente, ya sea padres o familiares que les inculcaron la cultura empresarial.

Las motivaciones para iniciar en el mundo empresarial fueron la independencia económica y el desempleo.

Las características marcadas es la perseverancia y el buen trato al cliente, siendo los planes a futuro en su mayoría tener sucursales.

El entorno personal, social y político, si afectan a la actividad empresarial de Tarma, pero no es de terminante. Además, el momento crítico en el desarrollo de la empresa es cuando recién se inicia, siendo la inversión de capital difícil de recuperar.

REFERENCIAS

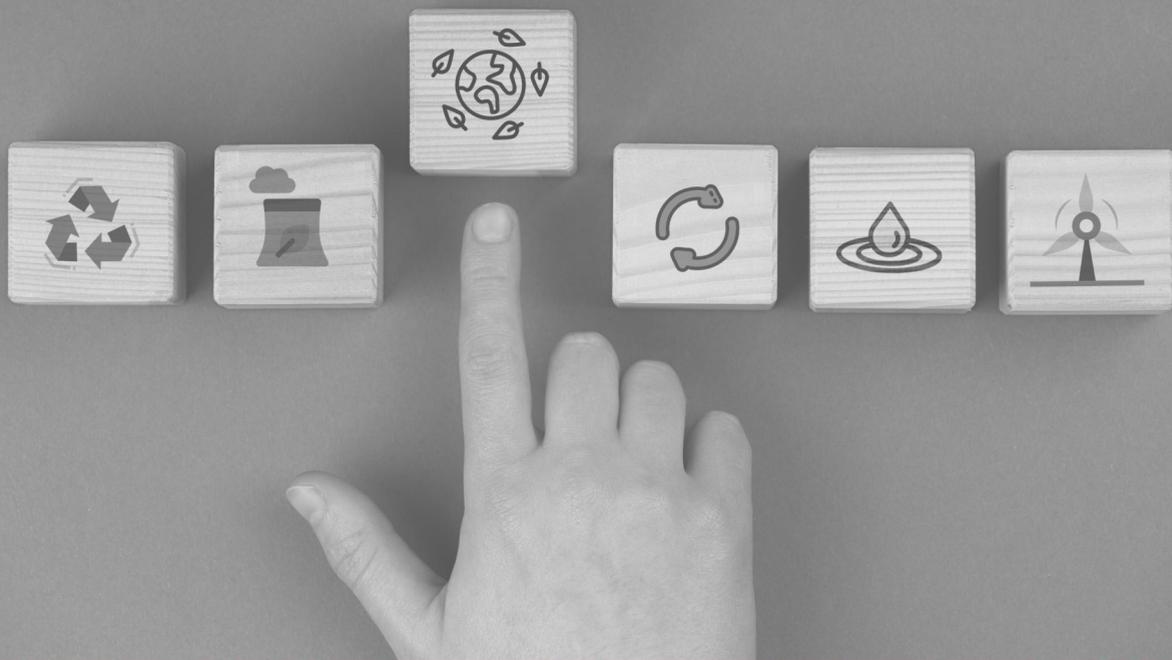
- Adie-Villafañe, J., & Cárdenas-Ortiz, L.-C. (2021). Perfil y características del emprendedor como aspectos determinantes en el progreso de ideas empresariales. *Desarrollo Gerencial*, 13(1), 1–27. <https://doi.org/10.17081/dege.13.1.4219>
- Almendariz, F. E., Cedeño, J. Y., Chinga, J. Y., & Miranda, T. X. (2021). *Factores que motivan al emprendimiento: nuevas tecnologías*.
- Alves, D., Cirera, C.-Y., & Giuliani, O.-A. C. (n.d.). *VIDA CON CALIDAD Y CALIDAD DE VIDA EN EL TRABAJO*. www.giulianimarketing.pro.br
- Ángela, F., Valencia, M., Teresa, S., & Gualdrón, M. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista EAN*, 81(81), 12–28. <https://doi.org/10.21158/01208160.N81.2016.1556>
- Angulo, E. A., Autónoma, U., & Moreno, G. R. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 32–48. <https://doi.org/10.38147/INVNEG.V14I23.126>
- Araya-Pizarro, S. (2021). Autoconfianza y actitud hacia la enseñanza del emprendimiento towards entrepreneurship teaching Key driving factors of the entrepreneurial intention Autoconfiança e atitude em relação ao ensino do empreendedorismo. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 12(2). <https://doi.org/10.18861/cied.2021.12.2>
- Becerra Palacios, E. R., Rojas Luna, R. V., Arpi Chicaiza, J. G., Sánchez Jiménez, K. W., Becerra Palacios, E. R., Rojas Luna, R. V., Arpi Chicaiza, J. G., & Sánchez Jiménez, K. W. (2024). Características empresariales y su influencia en la decisión de financiamiento durante la pandemia de Covid-19: Evidencia de empresas en Ecuador. *Revista Economía y Política*, 39, 21–40. <https://doi.org/10.25097/REP.N39.2024.02>
- Blanco, R. (2021). *Influencia de la familia en el emprendimiento*. <https://www.emprendimiento.com/post/influencia-familia-emprendimiento>
- Borre, J., Silva, J. M., Hernández Fernández, L., & Medina, R. (2021). Factores contextuales que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios venezolanos y colombianos. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVII(4), 113–130.
- Bucardo Castro, A., Saavedra García, M. L., Vargas Vega, T., Bucardo Castro, A., Saavedra García, M. L., & Vargas Vega, T. (2022). El perfil emprendedor de los microempresarios en los estados de México y Chiapas. *Apuntes Del Cenes*, 41(73), 205–228. <https://doi.org/10.19053/01203053.V41.N73.2022.13019>
- Colther, C. M. z. (2020). Enseñanza de la cultura emprendedora en la universidad: El caso de la Universidad Austral de Chile. *Formación Universitaria*, 13(4), 129–138. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062020000400129>
- Domingo Terreno, D., Sattler, S. A., & Pérez, J. O. (2017). Las etapas del ciclo de vida de la empresa por los patrones del estado de flujo de efectivo y el riesgo de insolvencia empresarial. *Contabilidad y Negocios*, 12(23), 22–37. <https://doi.org/10.18800/CONTABILIDAD.201701.002>

- Echeverri-Sánchez, L., Valencia-Arias, A., Benjumea-Arias, M., Toro, A. B.-D., Echeverri-Sánchez, L., Valencia-Arias, A., Benjumea-Arias, M., & Toro, A. B.-D. (2018). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo. *Revista Electrónica Educare*, 22(2), 160–178. <https://doi.org/10.15359/REE.22-2.10>
- García Pérez, M., Sabater Sánchez, R., García Pérez, M., & Sabater Sánchez, R. (2003). Relaciones entre estrategia y ciclo de vida de la empresa. *Revista Madri+d. Monografía: Revista de Investigación En Gestión de La Innovación y Tecnología*, 8, 98–110.
- Gómez, L., Martínez, J., & Arzuza, M. (2006). *Política pública y creación de empresas en Colombia*.
- Guilarte-Barinaga, E., López-Pérez, M. V., Batista-Matamoros, C. R., & Andrade-Molina, C. D. (2023). El Emprendimiento Social en los Ecosistemas Económicos de América Latina. Alternativa en Tiempos de Crisis Global. *Economía y Negocios*, 14(1), 56–68. <https://doi.org/10.29019/eyn.v14i1.1085>
- Jiménez-López, N. R., Mateo Valiente-Saldaña, Yoni Victoria De-La-Cruz-Ruiz, Nelly Felipe Zavala-Benites, Emérito Raquel Jiménez-López, N., Cesar Vallejo, U., Libertad Perú, L., & Nacional de Trujillo, U. (2023). Cultura de emprendimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú: revisión sistemática. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 8(16), 132–149. <https://doi.org/10.35381/R.K.V8I16.2530>
- Karina Baque Villanueva, L., Augusto Viteri Intriago, D., Kruschthalia Álvarez Gómez, L., & Margarita Izquierdo Morán, A. (2020). *Volumen 12 | Número 4 | Julio-Agosto*.
- Leporati, M., Roses, S. D., & Torres-Marín, A. J. (2020). Factors influencing senior entrepreneurship in Chile. A GEM perspective. *ESIC MARKET Economic and Business Journal*, Volume 52, Issue 2, 283–312. <https://doi.org/10.7200/ESICM.169.0522.1>
- Malhotra, N., & Malhotra, N. (2023). Bringing your Image Consulting Practices up to industry sustainability standards. *Cuadernos Del Centro de Estudios En Diseño y Comunicación. Ensayos*, 118, 61–78. <https://doi.org/10.18682/CDC.VI118.4149>
- Marulanda Valencia, F. Á., Restrepo, I. A. M., Restrepo, J. M. V., Montoya, I. A., Professor, R., & Vélez, J. M. (n.d.). *Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor Theoretical and Empirical Contributions to the Study of Entrepreneurs Apports théoriques et empiriques à l'étude de l'entrepreneur*.
- Mendoza Aranzamendi, J. A., Pinto Villar, Y. M., Gálvez Marquina, M. C., Mendoza Aranzamendi, J. A., Pinto Villar, Y. M., & Gálvez Marquina, M. C. (2021). Peruana del bicentenario: promotora del emprendimiento en tiempos de crisis. *Comuni@cción*, 12(4), 332–342. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.586>
- Miñano-Guillermo, J. P., Valiente-Saldaña, Y. M., & Morales-Salazar, P. O. (2023). Cultura de emprendimiento y su relación con el nivel de ingresos del mercado distrital de Trujillo, Perú. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 8(16), 184–202. <https://doi.org/10.35381/R.K.V8I16.2543>

- Montoya Rendón, J. C., Chica Velázquez, M. F., & Caballero Lozada, M. F. C. L. F. (2019). Ser empresario y emprendedor: factores humanos claves que inciden en el éxito o fracaso de pequeñas empresas de Palmira, 2019. *Revista Criterio Libre Jurídico*, ISSN-e 1794-7200, Vol. 16, N°. 2, 2019 (Ejemplar Dedicado a: Revista Criterio Libre Jurídico), Pág. 5753, 16(2), 5753. <https://doi.org/10.18041/1794-7200/clj.2019.v16n2.5753>
- Nadales-Rodríguez. (2018). *TEMA 4: EL PERFIL Y LAS HABILIDADES DEL EMPRESARIO*.
- Orihuela-Ríos, N. C. (2022). Emprendimiento femenino: características, motivos de éxito, limitantes, involucrados y consecuencias. *INNOVA Research Journal*, 7(1), 109–122. <https://doi.org/10.33890/innova.v7.n1.2022.1946>
- Pacheco-Ruiz, C., Rojas-Martínez, C., Niebles-Núñez, W., Hernández-Palma, H. G., Pacheco-Ruiz, C., Rojas-Martínez, C., Niebles-Núñez, W., & Hernández-Palma, H. G. (2022). Caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario. *Formación Universitaria*, 15(1), 135–144. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062022000100135>
- Palomino, J. C. V., Bernal, P. M. P., & Barbier, P. J. A. (2023). Identification of social and economic factors influencing entrepreneurship through structural equation modeling. *Contaduría y Administración*, 68(4), 88–106. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2023.4823>
- Ponce Núñez, J. M. (2007). *La conciliación entre la vida personal y la profesional: un reto para las empresas y sus empleados*.
- Querejazu Vidovic, C. V. (2019). Theoretical Approach to the Causes of Entrepreneurship. *Economía Teoría y Práctica*, 28(52), 69–98. <https://doi.org/10.24275/ETYP/AM/NE/522020/Querejazu>
- Quiroz, H. O., López, E. J. O., & Yactayo, D. P. (2020). Planeamiento estratégico como instrumento de gestión en las empresas: Revisión bibliográfica. *Revista Científica Pakamuros*, 8(4). <https://doi.org/10.37787/ZZG09Z21>
- Quispe, D. J. M., Machaca, J. S. Z., López, J. M. B., Quispe, D. J. M., Machaca, J. S. Z., & López, J. M. B. (2022). Significado de la enseñanza en emprendimiento y el desarrollo de la cultura emprendedora en la universidad. *New Trends in Qualitative Research*, 15. <https://doi.org/10.36367/NTQR.15.2022.E756>
- Raquel Sastre, D. F. (n.d.). *LA MOTIVACIÓN EMPRENDEDORA Y LOS FACTORES QUE CONTRIBUYEN CON EL ÉXITO DEL EMPRENDIMIENTO*.
- Sandoval Álvarez, C., Bado Zúñiga, G., Sandoval Álvarez, C., & Bado Zúñiga, G. (2022). Impacto de la formación educativa emprendedora en la intención emprendedora: un enfoque cognitivo. *Contaduría y Administración*, 67(4), 1–27. <https://doi.org/10.22201/FCA.24488410E.2022.3269>
- Sarah Treanor. (2013). *Empresarios emprendedores... ¿nacen o se hacen?* - BBC News Mundo. https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/07/130710_empresarios_genetica_experiencia_finde

- Tipiana Morote, K. L. (2023). El método de proyectos en el desarrollo de la cultura emprendedora. *Horizontes. Revista de Investigación En Ciencias de La Educación*, 7(29), 1183–1191. <https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v7i29.582>
- Vallejos-Saldarriaga, J., Rosales-Llontop, R., & Miranda-Jara, M. (2020). Entrepreneurship and attitude towards change in women leaders in Lima. *Revista Internacional de Investigación En Ciencias Sociales*, 16(2), 216–234. <https://doi.org/10.18004/riics.2020.diciembre.216>
- Varela. (2018). *Innovación Empresarial TERCERA EDICIÓN*.
- Vargas, M. A., & Uttermann, R. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 709–720. <https://doi.org/10.37960/RVG.V25I90.33029>

Libro electrónico disponible en
<http://fondoeditorial.unah.edu.pe/index.php/fonedi/catalog>
Publicado en el Perú / Published in Peru.



CÉSAR LUIS CARHUAS-CALLUPE
ANGELA AGUSTINA ALANYA-FLORES
RENZO JHOJHAN GUADALUPE-PEREZ
ANGELO BRAYAN QUISPE-HENRIQUEZ
KAROLAY SHIRLEY RAMIREZ-CAVIDES
CLARA TEOFILA ZUBIAURRE-HUACHHUACO

JENNIFER ESTEFANE VEGA-SÁNCHEZ
JOYCE CORAIMA CAMPOS-JAIME
JAZMIN MIRELLA VELASQUEZ-BULLÓN
MIGUEL BENITO ESPINOZA-CIRINEO
ROCIO PILAR LEGUIA-QUIÑONEZ

ISBN: 978-612-49667-4-3



9 786124 966743