

## Fortalecimiento de capacidades y planes de negocio en los empresarios del Distrito de Yanacancha – Pasco

*Strengthening the capacities and business plans of entrepreneurs in the Yanacancha District – Pasco*

DOI: [10.61210/tarama.v2i3.112](https://doi.org/10.61210/tarama.v2i3.112)

<sup>a</sup>José Antonio Cardenas Sinche<sup>1</sup>

[jcardenass@undac.edu.pe](mailto:jcardenass@undac.edu.pe)

<https://orcid.org/0000-0002-7298-7188>

<sup>b</sup>Ygnacio Alfredo Paita Panéz<sup>1</sup>

[apaitap@undac.edu.pe](mailto:apaitap@undac.edu.pe)

<https://orcid.org/0000-0002-1403-5357>

<sup>c</sup>Liborio Rojas Victorio<sup>1</sup>

[lrojasvi@undac.edu.pe](mailto:lrojasvi@undac.edu.pe)

<https://orcid.org/0000-0002-2852-6843>

<sup>d</sup>Gina Neceli Mendiolaza Cornejo<sup>1</sup>

[gmendiolazac@undac.edu.pe](mailto:gmendiolazac@undac.edu.pe)

<https://orcid.org/0009-0005-8776-7160>

<sup>1</sup>Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión

Recibido: Octubre, 2024

| Aceptado: Octubre, 2024

| Publicado: Diciembre, 2024

### RESUMEN

La investigación tuvo por objetivo “Desarrollar el fortalecimiento de capacidades para mejorar el nivel de conocimiento de los planes de negocio en los empresarios del distrito de Yanacancha 2024”. Estudio de enfoque cuantitativo de tipo aplicado a nivel explicativo, con una muestra de 28 empresarios identificados para el estudio, periodo de estudio el año 2024. El diseño de investigación utilizado fue pre experimental con un solo grupo medidos con un pretest y posttest, porque se hizo una capacitación a los microempresarios por una duración de 6 semanas al cabo del cual fueron evaluados. Los resultados obtenidos fueron evaluados con la prueba de normalidad, obteniendo como resultados realizar la prueba de hipótesis con estadístico de Wilcoxon para muestras pareadas y de esta manera determinar a través de la diferencia de pretest y posttest, las pruebas de hipótesis respectivas. Se concluyó de la siguiente manera: se basa en que el fortalecimiento de capacidades emerge como un factor clave en la mejora del conocimiento sobre planes de negocio, lo que a su vez tiene implicaciones positivas para el desarrollo económico y social de los microempresarios en Yanacancha. Por lo tanto, es crucial continuar apoyando estas iniciativas para fomentar un entorno empresarial más robusto y sostenible.

**Palabras clave:** Estrategia de marketing, componentes financieros, análisis de mercado.

### ABSTRACT

This study examines how innovation in the objective of the research was to “Develop capacity building to improve the level of knowledge of business plans in entrepreneurs in the Yanacancha district 2024”. Quantitative study of applied type at an explanatory level, with a sample of 28 entrepreneurs identified for the study, study period the year 2024. The research design used was pre-experimental with a single group measured with a pretest and posttest, because training was given to microentrepreneurs for a duration of 6 weeks at the end of which they were evaluated. The results obtained were evaluated with the normality test, obtaining as results to perform the hypothesis test with Wilcoxon statistic for paired samples and in this way determine through the difference of pretest and posttest, the respective hypothesis tests. It was concluded as follows: it is based on the fact that capacity building emerges as a key factor in improving knowledge about business plans, which in turn has positive implications for the economic and social development of microentrepreneurs in Yanacancha. It is therefore crucial to continue supporting these initiatives to foster a more robust and sustainable business environment.

**Keywords:** Marketing strategy, financial components, market analysis.

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo de microempresas es fundamental para el crecimiento económico y la creación de empleo, especialmente en economías en desarrollo como es el caso de Perú. Sin embargo, la falta de conocimiento en la elaboración y ejecución de planes de negocio representa un obstáculo significativo para la sostenibilidad y el éxito de estas iniciativas. Este enfoque se basa en la revisión de la literatura científica disponible a nivel internacional y nacional sobre el problema del nivel de conocimiento en planes de negocio entre microempresarios. A nivel internacional, se ha reconocido que el conocimiento en planes de negocio es fundamental para el éxito de las microempresas. Según Sohl (2018), la falta de habilidades en la elaboración de planes de negocio puede limitar el acceso a financiamiento y oportunidades de crecimiento. La investigación sugiere que la capacitación en este ámbito no solo mejora la viabilidad de las microempresas, sino que también contribuye al desarrollo económico de las comunidades (Cohen & Levinthal, 1990).

Además, un estudio realizado por Nabi et al. (2017) indica que los emprendedores que poseen un conocimiento sólido en la creación de planes de negocio tienden a ser más exitosos en la búsqueda de inversiones y en la gestión de riesgos. Esto es especialmente relevante en contextos donde el financiamiento externo es escaso y las microempresas dependen de recursos limitados.

Además, el problema del bajo nivel de conocimiento en planes de negocio entre microempresarios es un fenómeno ampliamente documentado. La Organización Mundial del Comercio (OMC) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) han identificado que el desarrollo de las microempresas es crucial para la economía global, ya que representan alrededor del 90% de las empresas y generan más del 50% de los empleos en muchos países. Sin embargo, a pesar de su importancia, muchos microempresarios carecen de la formación adecuada para elaborar planes de negocio efectivos, lo que limita su capacidad de acceso a financiamiento y crecimiento.

Estudios realizados en diversas regiones, como África, América Latina y Asia, han demostrado que la falta de educación formal y la escasez de programas de formación específicos son factores determinantes en la ineficacia de las microempresas. Programas de capacitación en habilidades empresariales y el uso de tecnología digital han mostrado ser efectivos en mejorar el conocimiento de los microempresarios, permitiéndoles elaborar planes de negocio más sólidos. No obstante, la implementación de estas iniciativas enfrenta desafíos, como la falta de recursos y la diversidad cultural, que requieren un enfoque adaptado a las particularidades de cada región. Por otro lado, diversos estudios han evidenciado que una alta proporción de microempresarios carece de formación adecuada en la elaboración de planes de negocio. Según un estudio de Kauffman Foundation (2018), solo el 30% de los emprendedores en Estados Unidos elaboran un plan de negocio formal antes de iniciar

sus actividades. Este fenómeno se repite en otras regiones, donde se ha documentado que la falta de conocimiento no solo limita el acceso a financiamiento, sino que también afecta la planificación estratégica y la toma de decisiones. Consecuentemente, investigaciones realizadas en países en desarrollo, como las de Acs y Szerb (2007), muestran que la educación empresarial y la capacitación en elaboración de planes de negocio son factores críticos que influyen en el éxito de las microempresas. La falta de estos recursos tiende a aumentar la tasa de fracaso entre nuevos emprendimientos, lo que resalta la importancia de programas educativos y de apoyo técnico. Estudios realizados en países como México y Colombia han encontrado que una significativa proporción de microempresarios no cuenta con formación académica ni práctica en gestión empresarial. Un informe del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) de México (2020) señala que el 60% de las microempresas no tienen un plan de negocio formal, lo que impacta directamente en su capacidad de crecimiento y sostenibilidad. Según un informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2016), muchas microempresas operan sin un plan formal, lo que limita su capacidad para atraer inversión y crecer. La OIT enfatiza la necesidad de programas de formación que equipen a los emprendedores con las habilidades necesarias para desarrollar planes de negocio efectivos.

En el contexto nacional, el problema del conocimiento en planes de negocio es igualmente significativo. En muchos países en desarrollo como nuestro país, los microempresarios representan una parte fundamental de la economía, pero a menudo operan en la informalidad y carecen de las herramientas necesarias para formalizar y expandir sus negocios. La falta de comprensión de conceptos básicos de planificación empresarial, análisis de mercado y gestión financiera puede llevar a la inestabilidad y eventual cierre de estas microempresas. Gobiernos y organizaciones no gubernamentales han comenzado a reconocer la necesidad de abordar esta brecha de conocimiento. Se han implementado programas de capacitación y asesoramiento en planes de negocio, pero la efectividad de estas iniciativas varía considerablemente. En algunos casos, la falta de seguimiento y evaluación de los programas ha limitado su éxito. Además, es crucial que este tipo de formación no solo se enfoque en la elaboración de planes de negocio, sino que también incluya aspectos prácticos como el acceso a financiamiento, marketing digital y gestión de recursos. Sin embargo, el problema del bajo nivel de conocimiento en planes de negocio se manifiesta de manera similar. La falta de conocimiento en la elaboración de planes de negocio también se ve exacerbada por la escasez de recursos y programas de capacitación para emprendedores en el ámbito nacional. Investigaciones como las de Bendickson et al. (2016) indican que las políticas gubernamentales deben enfocarse en la creación de ecosistemas de apoyo que incluyan capacitación, asesoría y acceso a financiamiento para microempresarios. Asimismo, estudios como el de De Vita, Mari, y Poggesi (2014) destacan que, en muchos casos, los microempresarios carecen de acceso a recursos educativos que les permitan adquirir estas competencias. Esto subraya la

importancia de políticas públicas que promuevan la educación empresarial y la capacitación específica en la elaboración de planes de negocio.

En el contexto dinámico y desafiante del mundo empresarial actual nuestra región de Pasco no escapa a la realidad presentada líneas arriba, el fortalecimiento de capacidades y la elaboración de planes de negocio efectivos son aspectos cruciales para el éxito y la competitividad de las empresas, especialmente en entornos locales como el distrito de Yanacancha. Esta investigación abordó el problema fundamental a través del fortalecimiento de capacidades se desarrolla el conocimiento en planes de negocio más sólidos y competitivos. Los emprendedores del distrito de Yanacancha, al igual que el de otras áreas locales, se enfrenta a desafíos significativos en términos de desarrollo empresarial. Si bien la región puede contar con recursos naturales y humanos valiosos, el nivel de competitividad de las empresas locales a menudo se ve limitado por la falta de capacidades empresariales y la calidad de los planes de negocio. Esta situación plantea una serie de problemas que afectan tanto a los empresarios individuales como al desarrollo económico general del distrito. Por un lado, la falta de capacidades empresariales adecuadas puede obstaculizar la capacidad de los empresarios para gestionar eficazmente sus negocios. La gestión ineficiente puede conducir a problemas como la mala planificación financiera, la falta de innovación y la incapacidad para aprovechar oportunidades de mercado, lo que a su vez limita el crecimiento y la sostenibilidad de las empresas locales. De acuerdo con Alles (2008) Para destacar en un puesto laboral, se requieren dos tipos de capacidades, tanto conocimientos como competencias. Sin embargo, es importante recalcar que son las competencias las que realmente impulsan un rendimiento superior o excepcional. Si bien los conocimientos son indispensables, por sí solos resultan insuficientes para alcanzar el éxito deseado. (p. 97)

Por otro lado, la calidad de los planes de negocio es fundamental para atraer inversiones, acceder a financiamiento y establecer relaciones comerciales sólidas. Sin embargo, muchos empresarios en Yanacancha carecen de la experiencia y los conocimientos necesarios para desarrollar planes de negocio convincentes y viables. Como resultado, pueden perder oportunidades de crecimiento y desarrollo que podrían beneficiar tanto a sus empresas como a la economía local en su conjunto.

Abordar este problema requiere un enfoque integral que combine la capacitación empresarial con el desarrollo de habilidades específicas relacionadas con la elaboración de planes de negocio. Es crucial que los empresarios en Yanacancha tengan acceso a programas de capacitación y asesoramiento que les proporcionen las herramientas y los conocimientos necesarios para mejorar sus capacidades en áreas clave como gestión financiera, marketing, operaciones y liderazgo. Además, es importante fomentar un ambiente empresarial que promueva la colaboración, el intercambio de ideas y las mejores prácticas entre los empresarios locales. Esto puede conseguirse mediante la creación de redes de apoyo empresarial,

la organización de eventos y actividades de desarrollo profesional, y el establecimiento de alianzas estratégicas con instituciones educativas y organizaciones empresariales. Para ello juega un rol principal el apoyo que reciban tanto del sector público como privado, como por ejemplo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y de otra parte de la Cámara de Comercio de Pasco. Consideramos que el desarrollo del fortalecimiento de capacidades a través de un programa de capacitación mejora el nivel de conocimiento de los planes de negocio son elementos esenciales para impulsar la competitividad y el desarrollo económico en el distrito de Yanacancha. Al abordar estos aspectos, no solo se beneficiarán los empresarios individuales, sino que también se crearán oportunidades de crecimiento y prosperidad para toda la comunidad. Es hora de tomar medidas decisivas para invertir en el desarrollo empresarial local y desbloquear el potencial económico de Yanacancha. Por lo tanto se planteó como problema general: ¿En qué medida el fortalecimiento de capacidades mejora el nivel de conocimiento de los planes de negocio en los microempresarios del distrito de Yanacancha 2024?.

La justificación teórica que subyacente a esta investigación se basa en la reconocida importancia del fortalecimiento de capacidades. Según numerosos estudios en psicología organizacional y recursos humanos, las capacidades entendidas como las habilidades, destrezas y actitudes necesarias para llevar a cabo eficazmente una tarea, juegan un papel crucial en el éxito profesional. Por otro lado, los planes de negocio proporcionan la base teórica y técnica necesaria para ejecutar tareas específicas. Sin embargo, es la combinación de ambos lo que realmente permite alcanzar un desempeño sobresaliente en el éxito empresarial de las empresas. Esta investigación se propone explorar más a fondo esta relación entre las capacidades y los planes de negocio. Por otro lado, la justificación metodológica, consideramos para esta investigación, un enfoque metodológico cuantitativo. El uso de métodos cuantitativos permitió recopilar datos para desarrollar un diseño preexperimental, tomándose un cuestionario antes y después del proceso de capacitación sobre planes de negocio, para ello se validó dos cuestionarios (uno por cada variable) mediante el juicio de expertos. En cuanto a la justificación práctica, la investigación tiene importantes implicaciones prácticas para diversas partes interesadas, incluidas las empresas, los trabajadores y los responsables de la formulación de políticas. Comprender cómo el fortalecimiento de capacidades afecta de manera positiva el conocimiento sobre los planes de negocios, en los empresarios para que puedan beneficiarse al identificar y mejorar sus capacidades más relevantes en su rol emprendedor.

El objetivo general de la investigación: Desarrollar el fortalecimiento de capacidades para mejorar el nivel de conocimiento de los planes de negocio en los microempresarios del distrito de Yanacancha 2024.

Con relación a la revisión de la literatura se tiene que el fortalecimiento de capacidades se

entiende como el proceso continuo de desarrollar, mejorar y actualizar las habilidades, conocimientos y competencias tanto de los empleados como de la organización en su conjunto. De acuerdo con Pucheu (2014) “En una empresa, gestión de personas tiene que ver con combinar de manera óptima las capacidades requeridas para implementar las distintas estrategias” (p. 66). Este proceso abarca una amplia gama de áreas, que van desde habilidades técnicas y operativas hasta habilidades de liderazgo, gestión del cambio, trabajo en equipo y resolución de problemas. El “fortalecimiento de capacidades” es un concepto utilizado en diversos campos, como el desarrollo organizacional, la educación y la salud pública. Implica un proceso mediante el cual individuos, equipos o instituciones adquieren habilidades, conocimientos y recursos para mejorar su desempeño y enfrentar desafíos.

Existen varias dimensiones que suelen ser consideradas al abordar el fortalecimiento de capacidades: Dimensión individual: Esta dimensión se centra en el desarrollo personal y profesional de los individuos. Incluye la capacitación, la formación continua y la adquisición de nuevas habilidades. Kauffman, S. A. (2009). Dimensión organizacional: Se refiere a la capacidad de las instituciones para aprender, adaptarse y mejorar. El fortalecimiento de capacidades organizacionales incluye el desarrollo de estructuras, procesos y cultura que faciliten el aprendizaje y la innovación. Argyris, C., & Schön, D. A. (1996). Dimensión comunitaria: Esta dimensión aborda la capacidad de las comunidades para unirse y trabajar hacia objetivos comunes. Es esencial en enfoques de desarrollo sostenible y inclusión social. Cornwall, A., & Jewkes, R. (1995). Dimensión sistémica: Considera la integración y la interacción de las diversas capacidades a nivel macro. Esta dimensión se enfoca en cómo las capacidades de diferentes sectores y niveles pueden trabajar juntas para lograr un objetivo común. Lee, K., & Garcés, A. (2012). Dimensión de sostenibilidad: Se refiere a la capacidad de las instituciones y comunidades para mantener y continuar desarrollando las habilidades y recursos adquiridos a lo largo del tiempo, adaptándose a los cambios y desafíos emergentes. Hatcher, R. (2002). Estas dimensiones reflejan un enfoque integral para comprender el fortalecimiento de capacidades, considerando tanto aspectos individuales como organizacionales y comunitarios, así como la necesidad de un marco de sostenibilidad.

Al respecto del plan de negocios desempeña un papel decisivo en el éxito de una empresa por varias razones. En primer lugar, sirve como un mapa estratégico que ayuda a los empresarios a visualizar y planificar el futuro de su empresa. Al definir claramente los objetivos, estrategias y acciones necesarias para alcanzar el éxito, así mismo facilita una hoja de ruta que orienta las decisiones y acciones de la empresa. Gaytán (2020) nos menciona que “El plan de negocios permite reunir y visualizar en un solo documento toda la información de una organización, brindando un panorama de la viabilidad del negocio” (p. 143). Para

Weinberger (2009) “El plan de negocios es una herramienta de comunicación escrita que tiene esencialmente dos funciones: una que se puede llamar administrativa o interna y otra



que es conocida como financiera o externa” (p. 34). Además, el plan de negocios es una herramienta invaluable para comunicar la visión y la estrategia de la empresa a todas las partes interesadas, incluidos inversores, socios comerciales, empleados y clientes potenciales. Al presentar de manera clara y concluyente la propuesta de valor de la empresa y su plan para alcanzar el éxito, el plan de negocios ayuda a generar confianza y credibilidad en la organización.

Los planes de negocio son herramientas fundamentales para el desarrollo y la gestión de empresas, y su análisis puede abordarse desde múltiples dimensiones. A continuación, se presentan algunas de las dimensiones más relevantes de la variable “planes de negocios”:

Estrategia de Marketing y Ventas.- Descripción de cómo la empresa atraerá y retendrá clientes. Componentes Financieros.- Los aspectos financieros son clave en un plan de negocios, ya que permiten proyectar la viabilidad económica del proyecto. Esta dimensión abarca proyecciones financieras, análisis de flujo de caja, y estimaciones de rentabilidad. Colombi, C., & Dall’Acqua, F. (2018). Análisis de Mercado.- Un componente imprescindible que se centra en la investigación del mercado objetivo, la competencia y las tendencias del sector. Esta dimensión ayuda a los emprendedores a entender el entorno en el que operan. Blank, S. (2013). Dimensionamiento y Estructura.- Esta dimensión incluye la organización interna del plan de negocios, es decir, cómo se estructuran los diferentes componentes, como el resumen ejecutivo, análisis de mercado, estrategia, operaciones y pronósticos financieros. Hsu, D. K., & Montalvo, C. (2019).

## METODOLOGIA

La metodología empelada en esta investigación fue con enfoque cuantitativo, según José Supo (2024), el nivel explicativo se relaciona con la capacidad de una teoría para ofrecer explicaciones que sean comprensibles y útiles en contextos específicos, también menciona que “una buena teoría debe ser capaz de explicar no solo los hechos observados, sino también de predecir otros fenómenos”. Cuyo objetivo general fue “Desarrollar el fortalecimiento de capacidades para mejorar el nivel de conocimiento de los planes de negocio en los microempresarios del distrito de Yanacancha”. El diseño preexperimental es un tipo de diseño de investigación que se utiliza comúnmente en estudios donde no es posible implementar un diseño experimental clásico por diversas razones, como limitaciones éticas, prácticas o logísticas. Este tipo de diseño se caracteriza por la falta de un grupo de control y por la ausencia de aleatorización en la asignación de los sujetos a las condiciones del experimento según el autor Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. P. (2014). En esta investigación se utilizó el diseño de preprueba/posprueba con un solo grupo, se aplicó al grupo de microempresarios una prueba previa al estímulo que consistió en un programa de capacitación sobre planes de negocio; después de la capacitación se aplicó una prueba posterior.

El diseño se diagrama de esta manera:      G                      O1                      X                      O2

La población y muestra fueron 28 empresarios que participaron, pertenecientes al sector comercial y formalizados, cabe resaltar que estas personas pertenecen al Distrito de Yanacancha de la Provincia de Pasco y Región Pasco.

Empleamos las técnicas de observación, la encuesta, análisis documental, con sus respectivos instrumentos, además los cuestionarios para las dos variables. Así también se empleó la escala de Likert, que según (Carrasco, 2009, p. 296) “Consiste en una serie de afirmaciones positivas relacionadas con situaciones y eventos sociales, así como con el comportamiento individual y colectivo de personas e instituciones en la realidad. Se solicita a las personas bajo observación que expresen su opinión o actitud hacia estas afirmaciones”, se midieron con un total 24 ítems, para ambas variables, tomando 5 categorías de respuesta a cada ítem.

Para las variables de Fortalecimiento de capacidades y de planes de negocio, así también las dimensiones: Estrategia de Marketing, Componentes financieros, Análisis de mercado como se observa en la tabla 1.

**Tabla 1**

*Baremación de las variables y dimensiones de estudio*

<b>VARIABLES Y DIMENSIONES</b>	<b>BUENO</b>	<b>REGULAR</b>	<b>DEFICIENTE</b>
Fortalecimiento de capacidades	19 - 43	8 - 18	1 - 7
Planes de negocio	24 - 45	16 - 23	11 - 15
Dimensión estrategia de marketing	10 - 14	4 - 9	1 - 3
Dimensión componentes financieros	8 - 16	5 - 7	1 - 4
Dimensión análisis de mercado	11 - 16	6 - 10	2 - 5

En esta tabla se presenta la baremación de las variables y dimensiones basados en la diferencia del pretest y posttest.

El instrumento fue dirigido a personas adultas cuya edad estuvo entre 21 a 50 años de edad de los encuestados, los que conformaron entre propietarios, empleados y familiares en las empresas de estudios, cuyo objetivo fue desarrollar el fortalecimiento de capacidades para mejorar el nivel de conocimiento de los planes de negocio en los microempresarios del distrito de Yanacancha 2024. El muestreo fue no probabilístico por conveniencia, se realizó un pretest al inicio del programa de capacitación con una duración de 6 semanas, luego se aplicó el posttest para ver la diferencia de conocimiento sobre planes de negocio, se obtuvo 28 encuestas en el mes de setiembre del año 2024 y luego de la capacitación el 11 de noviembre del 2024 se obtuvo la segunda toma de datos, en todos estos procesos tuvimos la participación activa de los estudiantes miembros del equipo.

La validez de los instrumentos se realizó a través de 3 juicios de expertos, conocedores del tema de investigación, quienes evaluaron los instrumentos y calificaron el coeficiente de



validez promedio logrado fue de 83%.

Para medir la confiabilidad del instrumento se realizó con el estadístico Alfa de Cronbach, como se muestra a continuación, para la variable Fortalecimiento de capacidades se obtuvo un valor de Cronbach de 0.772, siendo un valor alto y confiable; para la variable Planes de Negocio se obtuvo un valor de 0.788, siendo confiable.

**Tabla 2**

*Confiabilidad del instrumento de investigación*

Categorías	Alpha de Cronbach	N de ítems
Fortalecimiento de capacidades	0,772	12
Planes de negocio	0,788	12

Nota: La puntuación valida es mayor o igual a 0.70

**Tabla 3**

*Empresarios agrupados por niveles de conocimiento sobre fortalecimiento de capacidades antes y después de haber participado en el programa de capacitación*

Niveles de conocimiento	Pretest	Postest
DEFICIENTE	9	2
REGULAR	11	3
BUENO	8	23
Total	28	28

Observaciones	Media	Desviación estándar	CV *100
Pretest	38.07	9.771	25.67%
Postest	52.11	5.418	10.40

La tabla 3 muestra con claridad que los 28 Empresarios consideran que entienden mejor sobre la variable fortalecimiento de capacidades después de haber participado en el programa de capacitación. Así también se puede constatar el conocimiento promedio en la observación postest es mayor en 14,04 puntos respecto al promedio obtenido en la observación pretest. Finalmente, se observa que los calificativos que corresponden a la observación del postest son más homogéneos en 15,27 que las puntuaciones de la observación pretest.

**Tabla 4**

*Empresarios agrupados por niveles de conocimiento sobre planes de negocio antes y después de haber participado en el programa de capacitación*

<b>Niveles de conocimiento</b>	<b>Pretest</b>	<b>Posttest</b>
DEFICIENTE	10	1
REGULAR	12	2
BUENO	6	25
Total	28	28

<b>Observaciones</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación estándar</b>	<b>CV *100</b>
Pretest	31.54	6.608	20.95
Posttest	51.50	5.267	10.23

La tabla 4 muestra con claridad que los 28 Empresarios consideran que entienden mejor sobre la variable planes de negocio luego de haber participado en el programa de capacitación. Así también se puede constatar el conocimiento promedio en la observación posttest es mayor en 19,96 puntos respecto al promedio obtenido en la observación pretest. Finalmente, se observa que los calificativos que corresponden a la observación del posttest son más homogéneos en 10.72 que las puntuaciones de la observación pretest.

#### **Tabla 5**

*Empresarios agrupados por niveles de conocimiento sobre estrategia de marketing antes y después de haber participado en el programa de capacitación*

<b>Niveles de conocimiento</b>	<b>Pretest</b>	<b>Posttest</b>
DEFICIENTE	9	3
REGULAR	11	2
BUENO	8	23
Total	28	28

<b>Observaciones</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación estándar</b>	<b>CV *100</b>
Pretest	11.29	4.026	35.68
Posttest	17.79	1.931	10.86

La tabla 5 muestra con claridad que los 28 Empresarios consideran que mejoró el conocimiento sobre estrategias de marketing luego de haber participado en el programa de capacitación. Así también se puede constatar el conocimiento promedio en la observación posttest es mayor en 6.5 puntos respecto al promedio obtenido en la observación pretest. Finalmente, se observa que los calificativos que corresponden a la observación del posttest son más homogéneos en 24.82 que las puntuaciones de la observación pretest.

**Tabla 6**

*Empresarios agrupados por niveles de conocimiento sobre componentes financieros antes y después de haber participado en el programa de capacitación*

Niveles de conocimiento	Pretest	Postest
DEFICIENTE	12	2
REGULAR	8	2
BUENO	8	24
Total	28	28

Observaciones	Media	Desviación estándar	CV *100
Pretest	11.04	3.756	34.04
Postest	16.79	2.363	14.08

La tabla 6 muestra con claridad que los 28 Empresarios consideran que mejoró el conocimiento sobre componentes financieros luego de haber participado en el programa de capacitación. Así también se puede constatar el conocimiento promedio en la observación postest es mayor en 5.75 puntos respecto al promedio obtenido en la observación pretest. Finalmente, se observa que los calificativos que corresponden a la observación del postest son más homogéneos en 19.96 que las puntuaciones de la observación pretest.

**Tabla 7**

*Empresarios agrupados por niveles de conocimiento sobre análisis de mercado antes y después de haber participado en el programa de capacitación*

Niveles de conocimiento	Pretest	Postest
DEFICIENTE	11	2
REGULAR	10	3
BUENO	7	23
Total	28	28

Observaciones	Media	Desviación estándar	CV *100
Pretest	9.21	3.293	35.73
Postest	16.93	2.089	12.34

La tabla 7 muestra con claridad que los 28 Empresarios consideran que mejoró el conocimiento sobre análisis De mercado luego de haber participado en el programa de capacitación. Así también se puede constatar el conocimiento promedio en la observación postest es mayor en 7.72 puntos respecto al promedio obtenido en la observación pretest. Finalmente, se observa que los calificativos que corresponden a la observación del postest

son más homogéneos en 23.39 que las puntuaciones de la observación pretest.

### Prueba de Hipótesis

Antes de desarrollar la prueba de hipótesis debemos hacer la prueba de normalidad de datos de la diferencia de pretest y postest de la variable fortalecimiento de capacidades, de igual forma de la variable planes de negocio, para luego decidir que tipo de prueba debemos utilizar, de la siguiente manera:

H0: La distribución de los datos del estudio es normal. H1: La distribución de los datos del estudio no es normal. Regla de Decisión es:

Si  $p\text{-valor} > 0.05$  entonces aceptar la H0. Si  $p\text{-valor} < 0.05$  entonces rechazar la H0.

### Tabla 8

*Prueba de normalidad de los datos de las variables de estudio*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Fortalecimiento de Capacidades	,870	28	,002
Planes de Negocio	,873	28	,003

Se realizó el análisis con el estadístico de Shapiro Willk por ser datos menores a 50, para la variable fortalecimiento de capacidades se obtuvo un p-valor de 0.002 siendo menor que el nivel de significancia de 0.05, también se obtuvo un p-valor de 0.003 de la variable planes de negocio menor al nivel de significancia establecido de 0.05; motivo por el cual se decide realizar la prueba no paramétrica de Wilcoxon para muestras relacionadas.

### Prueba de Hipótesis

Para demostrar la hipótesis general se procedió a realizar el siguiente procedimiento:

#### Formulación de hipótesis:

- H0: Con el desarrollo del fortalecimiento de capacidades no mejora significativamente el nivel de conocimiento de los planes de negocio en los Empresarios del distrito de Yanacancha 2024.
- H1: Con el desarrollo del fortalecimiento de capacidades mejora significativamente el nivel de conocimiento de los planes de negocio en los Empresarios del distrito de Yanacancha 2024.

**Nivel de significancia o nivel de confianza:** Para este estudio se empleó un nivel de confianza del 95% y el nivel de significancia del 5%

**Estadístico de prueba:** El estadístico de prueba elegido es de Wilcoxon para muestras relacionadas

**Tabla 9**

*Resumen de contrastes de hipótesis general*

	<b>Hipótesis nula</b>	<b>Prueba</b>	<b>Sig.<sup>a,b</sup></b>	<b>Decisión</b>
1	La mediana de diferencias entre FORT_CAPACIDADES y PLAN_NEGOCIOS es igual a 0.	Prueba de rangos con signo de Wilcoxon para muestras relacionadas	,000	Rechaza la hipótesis nula.

a. El nivel de significación es de .050.

b. Se muestra la significancia asintótica.

Resumen de prueba de rangos con signo de Wilcoxon para muestras relacionadas

N total	28
Estadístico de prueba	347,500
Error estándar	41,574
Estadístico de prueba estandarizado	3,813
Sig. asintótica (prueba bilateral)	,000

Regla de decisión es  $p\text{-valor} < \text{al nivel de significancia}$ , reemplazando los valores  $0,000 < 0,05$ ; por lo tanto, se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$  que dice: con el desarrollo del fortalecimiento de capacidades mejora significativamente el nivel de conocimiento de los planes de negocio en los Empresarios del distrito de Yanacancha 2024.

Para demostrar la hipótesis específica 1 se procedió a realizar el siguiente procedimiento:  
Formulación de hipótesis:

$H_0$ : Con el fortalecimiento de capacidades no mejora significativamente el nivel de conocimiento de estrategia de marketing en los Empresarios del distrito de Yanacancha 2024.

$H_1$ : Con el fortalecimiento de capacidades mejora significativamente el nivel de conocimiento de estrategia de marketing en los Empresarios del distrito de Yanacancha 2024.

Nivel de significancia o nivel de confianza: Para este estudio se empleó un nivel de confianza del 95% y el nivel de significancia del 5%

Estadístico de prueba:: El estadístico de prueba elegido es de Wilcoxon para muestras relacionadas.

**Tabla 10**

*Resumen de contrastes de hipótesis específico 1*

	Hipótesis nula	Prueba	Sig. <sup>a,b</sup>	Decisión
1	La mediana de diferencias entre FORT_CA-PACIDADES y ES-TRAT_MARKETING es igual a 0.	Prueba de rangos con signo de Wilcoxon para muestras relacionadas	,000	Rechace la hipótesis nula.

- a. El nivel de significación es de .050.
- b. Se muestra la significancia asintótica.

Resumen de prueba de rangos con signo de Wilcoxon para muestras relacionadas

N total	28
Estadístico de prueba	31,500
Error estándar	37,135
Estadístico de prueba estandarizado	-3,528
Sig. asintótica (prueba bilateral)	,000

Regla de decisión es p-valor < al nivel de significancia, reemplazando los valores 0.000 < 0.05; por lo tanto se rechaza la H<sub>0</sub> y se acepta la H<sub>i</sub> que dice: con el fortalecimiento de capacidades mejora significativamente el nivel de conocimiento de estrategia de marketing en los Empresarios del distrito de Yanacancha 2024.

Para demostrar la hipótesis específica 2 se procedió a realizar el siguiente procedimiento: Formulación de hipótesis:

H<sub>0</sub>: Con el fortalecimiento de capacidades no mejora significativamente el nivel de conocimiento sobre componentes financieros en los Empresarios del distrito de Yanacancha 2024.

H<sub>1</sub>: Con el fortalecimiento de capacidades mejora significativamente el nivel de conocimiento sobre componentes financieros en los Empresarios del distrito de Yanacancha 2024.

Nivel de significancia o nivel de confianza: Para este estudio se empleó un nivel de confianza del 95% y el nivel de significancia del 5%

Estadístico de prueba: El estadístico de prueba elegido es de Wilcoxon para muestras relacionadas



**Tabla 11**

*Resumen de contrastes de hipótesis específico 2*

	<b>Hipótesis nula</b>	<b>Prueba</b>	<b>Sig.<sup>a,b</sup></b>	<b>Decisión</b>
1	La mediana de diferencias entre FORT_CAPACIDADES y COMPO_NANCIEROS es igual a 0.	Prueba de rangos con signo de Wilcoxon para muestras relacionadas	,000	Rechace la hipótesis nula.

a. El nivel de significación es de .050.

b. Se muestra la significancia asintótica.

Resumen de prueba de rangos con signo de Wilcoxon para muestras relacionadas

N total	28
Estadístico de prueba	20,000
Error estándar	43,866
Estadístico de prueba estandarizado	-4,172
Sig. asintótica (prueba bilateral)	,000

Regla de decisión es  $p\text{-valor} < \text{al nivel de significancia}$ , reemplazando los valores  $0.000 < 0.05$ ; por lo tanto, se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$  que dice: con el fortalecimiento de capacidades mejora significativamente el nivel de conocimiento de componentes financieros en los Empresarios del distrito de Yanacancha 2024.

Para demostrar la hipótesis específica 3 se procedió a realizar el siguiente procedimiento:  
Formulación de hipótesis:

$H_0$ : Con el fortalecimiento de capacidades no mejora significativamente el nivel de conocimiento sobre el análisis de mercado en los Empresarios del distrito de Yanacancha 2024.

$H_1$ : Con el fortalecimiento de capacidades mejora significativamente el nivel de conocimiento sobre el análisis de mercado en los Empresarios del distrito de Yanacancha 2024.

Nivel de significancia o nivel de confianza: Para este estudio se empleó un nivel de confianza del 95% y el nivel de significancia del 5%

Estadístico de prueba:: El estadístico de prueba elegido es de Wilcoxon para muestras relacionadas

**Tabla 12***Resumen de contrastes de hipótesis específico 3*

	<b>Hipótesis nula</b>	<b>Prueba</b>	<b>Sig.<sup>a,b</sup></b>	<b>Decisión</b>
1	La mediana de diferencias entre FORT_CA-PACIDADES y ANÁLISIS DE MERCADO es igual a 0.	Prueba de rangos con signo de Wilcoxon para muestras relacionadas	,002	Rechace la hipótesis nula.

a. El nivel de significación es de .050.

b. Se muestra la significancia asintótica.

## Resumen de prueba de rangos con signo de Wilcoxon para muestras relacionadas

N total	28
Estadístico de prueba	62,000
Error estándar	41,598
Estadístico de prueba estandarizado	-3,053
_Sig. asintótica (prueba bilateral)	,002

Regla de decisión es  $p\text{-valor} < \text{al nivel de significancia}$ , reemplazando los valores  $0.002 < 0.05$ ; por lo tanto, se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_i$  que dice: con el fortalecimiento de capacidades mejora significativamente el nivel de conocimiento de componentes financieros en los Empresarios del distrito de Yanacancha 2024.

## CONCLUSIONES

La conclusión del trabajo de investigación se basa en que el fortalecimiento de capacidades emerge como un factor clave en la mejora del conocimiento sobre planes de negocio, lo que a su vez tiene implicaciones positivas para el desarrollo económico y social de los Empresarios en Yanacancha. Por lo tanto, es crucial continuar apoyando estas iniciativas para fomentar un entorno empresarial más robusto y sostenible.

La investigación realizada sostiene que el fortalecimiento de capacidades mejora significativamente el nivel de conocimiento de estrategias de marketing en los Empresarios del distrito de Yanacancha, ha proporcionado resultados reveladores. Los datos recopilados a través de encuestas indican que las capacitaciones dirigidas a estos emprendedores no solo han aumentado su comprensión teórica sobre estrategias de marketing, sino que también han potenciado su habilidad para aplicar estas estrategias de manera práctica. Los Empresarios que participaron en los programas de capacitación mostraron un avance notable en la implementación de métodos de marketing digital, así como en la identificación y segmentación de su mercado objetivo. Además, se observó un incremento en la confianza

de los emprendedores para realizar promociones y utilizar redes sociales como herramientas efectivas para atraer a sus clientes.

La investigación sostiene que el fortalecimiento de capacidades mejora significativamente el nivel de conocimiento sobre componentes financieros en los Empresarios del distrito de Yanacancha, se confirma a través de los hallazgos obtenidos.

La implementación de programas de capacitación y formación ha demostrado ser una estrategia efectiva para elevar el nivel de conocimiento financiero de los Empresarios, permitiéndoles gestionar sus recursos de manera más eficiente y tomar decisiones informadas que impacten positivamente en el crecimiento y sostenibilidad de sus negocios. Los resultados indican que, tras las intervenciones, los Empresarios no solo han adquirido un mayor entendimiento sobre conceptos clave como flujo de caja, manejo de costos, y planificación financiera, sino que también han mostrado una mejora en la aplicación práctica de estos conocimientos en sus operaciones diarias. Este avance en el conocimiento financiero se traduce en una mayor capacidad para enfrentar desafíos económicos, optimizar el uso de recursos y, en última instancia, incrementar la competitividad de sus microempresas en el mercado local.

La investigación sobre el fortalecimiento de capacidades y su impacto en el nivel de conocimiento sobre el análisis de mercado en los Empresarios del distrito de Yanacancha en 2024, ha evidenciado que la implementación de programas de capacitación y desarrollo de habilidades genera una mejora significativa en la comprensión y aplicación de herramientas de análisis de mercado. Los Empresarios que participaron en estas iniciativas no solo incrementaron su conocimiento teórico, sino que también mejoraron su capacidad para tomar decisiones informadas, identificar oportunidades y enfrentar desafíos en un entorno competitivo. Los resultados indican que el fortalecimiento de capacidades actúa como un catalizador para el crecimiento y la sostenibilidad de las microempresas, al empoderar a los emprendedores con herramientas necesarias para adaptarse a las dinámicas del mercado.

## REFERENCIAS

- Abe Chávez, A. M. (2016). Implementación de un plan negocios por el cual las pymes y mypes logren ponderar lo importante del marketing digital dentro de su estructura fundamental, con la finalidad de mejorar su competitividad y desempeño en la era digital. [Tesis de Maestría]. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Obtenido de <http://hdl.handle.net/10757/621356>
- Acs, Z. J., & Szerb, L. (2007). The Global Entrepreneurship and Development Index. Entrepreneurship Theory and Practice.

- Alles, M. (2008). *Desempeño por competencias. Evaluación de 360°*. Buenos Aires: Granica.
- Alles, M. (2009). *Diccionario de competencias La trilogía Tomo I*. Buenos Aires: Granica.
- Alles, M. (2016). *Selección por competencias*. Granica.
- Araneda Gálvez, M. G. (2023). *Fortalecimiento de Capacidades para mejorar la productividad de la Asociación de Productores Agropecuarios Artesanos Colcabamba en el año* (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Trujillo). <https://dspace.unitru.edu.pe/server/api/core/bitstreams/f268a05d-58b6-4534-b631-d315a77867a7/content>
- Argyris, C., & Schön, D. A. (1996). "Organizational Learning II: Theory, Method, and Practice." Addison-Wesley.
- Arias Gonzáles, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Arequipa: Enfoques Consulting EIRL.
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación. Guía para su elaboración*. (Sexta ed.). Caracas: Episteme.
- Baque Villanueva, L. K., Viteri Intriago, D. A., Álvarez Gómez, L. K., & Izquierdo Morán, A. M. (2020). *Plan de negocio para emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria*. Revista Universidad y Sociedad.
- Bendickson, J., Muldoon, J., & Lins, K. (2016). *The Role of Entrepreneurial Education in Business Success*. Journal of Small Business Management.
- Bernal Torres, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales Tercera edición*. Bogota: Pearson Educación.
- Bernal Torres, C. A. (2016). *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales (Cuarta ed.)*. Bogotá D.C.: Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Blank, S. (2013). "Why the lean start-up changes everything". Harvard Business Review, 91(5), 63-72.
- Bóveda, J., Oviedo, A. y Yakusik, A. (2015). *Guía Práctica para la Elaboración de un Plan de Negocio*. [https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info\\_11\\_03.pdf](https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_03.pdf)
- Casanova, A. (2019). *Planes de negocios: el comercio electrónico y la gestión de empresas en costa rica*. Revista Nacional De Administración, 10 (2), 121–134. <https://revistas.>

uned.ac.cr/index.php/rna/article/view/2738

- Cieza Gonzalez, L. M. (2021). Fortalecimiento de capacidades para mejorar el desempeño laboral del personal administrativo en la red de salud de Utcubamba, 2019. <https://repositorio.untrm.edu.pe/handle/20.500.14077/2265>
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152. <https://doi.org/10.2307/2393553>
- Colombi, C., & Dall'Acqua, F. (2018). "Financial Planning as a Key Tool in Business Planning." *Journal of Business Research*, 85, 226-232.
- Cornwall, A., & Jewkes, R. (1995). "What is participatory research?". *Social Science & Medicine*, 41(12), 1667-1676
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- De Vita, L., Mari, M., & Poggesi, S. (2014). Entrepreneurship in developing countries: A systematic literature review. *International Journal of Management Reviews*, 16(3), 295-317. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12032>
- García, F. (2006). *Guía para elaborar planes de negocios*. Quito. Gráficas Paola Reyes, A (2004). *Administración Moderna*. México. Limusa
- Gaytán Cortés, J. (2020). El plan de negocios y la rentabilidad. *Mercados y negocios*, 21(42), 143-156. doi:<https://doi.org/10.32870/myn.v1i42>
- Guiliany, J. G., Marcano, A. I. P., & Aragón, E. P. (2021). Coaching y empowerment: Herramientas para el fortalecimiento del talento humano en empresas agroalimentarias. *Revista de ciencias sociales*, 27(3), 219-234. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8090617>
- Hatcher, R. (2002). "Sustainability and Capability Development: A Need for New Thinking." *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 13(2), 175-186.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F. McGraw Hill/Interamericana Editores S.A. DE CV.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. P. (2014). *Metodología de la Investigación*, Edit. Mc Graw Hill/ Interamericana Editores, S.A. DE C.V.

- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Hsu, D. K., & Montalvo, C. (2019). "The role of business plan structure in entrepreneurs' performance: An exploratory study". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(1), 84-103.
- Huaracha, M., & García, J. (2019). La importancia del plan de negocio en el emprendimiento: Un análisis en el contexto peruano. *Revista de Emprendimiento y Desarrollo*, 12(1), 45-60.
- INEGI. (2020). *Estadísticas sobre la situación de las microempresas en México*.
- Kauffman Foundation. (2018). *The Importance of Business Planning for Start-Up Success*.
- Kauffman, S. A. (2009). "The role of professional development in the strengthening of individual capabilities." *International Journal of Educational Management*, 23(1), 75-86.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2004). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice*. Cengage Learning.
- Lee, K., & Garcés, A. (2012). "Strengthening system-wide capacity for health." *Health Policy and Planning*, 27, 1-6.
- López, A., & Castillo, R. (2020). Acceso al financiamiento para microempresas: El rol del plan de negocio. *Revista de Finanzas y Negocios*, 15(2), 23-35.
- Marino, J., Jaldo, R., Cruz Arias, J., & Palma, M. R. (2017). *Neurociencia de las Capacidades y los Procesos Cognitivos*. Encuentro Grupo Editor.
- Mendoza, G. F. (2023). *Gestión institucional y fortalecimiento de capacidades de una dirección regional de agricultura*, 2023.  
<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3447462>
- Moreno Castro, T. F. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. RIL editores.
- Nabi, G., Walmsley, A., & Liñán, F. (2017). The role of entrepreneurial education in the development of entrepreneurial intentions: A systematic review. *Entrepreneurship & Regional Development*, 29(1-2), 1-35.  
<https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1193342>
- Ocegueda Mercado, C. (2004). *Metodología de la investigación. Métodos, técnicas y estructuración de trabajos académicos*. 2a edición. México: Opsi.



- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2016). Iniciativas para el desarrollo de microempresas en el mundo en desarrollo. <https://www.ilo.org/global/topics/employment-promotion/micro-and-small-enterprises/lang--es/index.htm>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.
- Pardo Merino, A., & Ruiz Díaz, M. (2016). *Gestión de datos con SPSS Statistics*. Madrid: Síntesis, S. A.
- Peñaloza Moreno, K. Y. (2019). Fortalecimiento de capacidades en innovación empresarial en el municipio de quibdó. [Tesis de Pregrado]. Universidad Nacional, abierta y a distancia (UNAD). Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/33543>
- Pérez, C. M. (2019). Innovación empresarial al servicio de la micro y pequeña empresa nortesantandereana: por la competitividad regional. *Económicas CUC*, 40(1), 91–104. doi:<https://doi.org/10.17981/econcuc.40.1.2019.06>
- Pizarro Piñar, C., Gamboa Quesada, E., Martínez Alpízar, J., Sánchez Navarro, K., & Marín Chinchilla, V. (2021). Propuesta para la implementación de un modelo de plan de negocio funcional en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector manufactura e industria, en el cantón de Pérez Zeledón.
- Polanco, A., & Caballero, M. T. (2020). Fortalecimiento de capacidades de los actores locales para una gestión del desarrollo local desde la cultura. *Retos de la Dirección*, 14(1), 45-67. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2306-91552020000100045&script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2306-91552020000100045&script=sci_arttext)
- Pradeep, M. D. (2018). Revisión filosófica sobre los métodos de investigación básica y acción: un análisis crítico. *Revista Internacional de Gestión, Tecnología y Ciencias Sociales*, 3(2), 121-129. doi:[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3293544](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3293544)
- Pucheu M., A. (2014). *Desarrollo y Eficacia Organizacional: Cómo apoyar la creación de capacidades en individuos, grupos y organizaciones*. Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Puente, M. y Carrasco, V. (2017). Plan de negocios una guía empresarial para pequeños negocios. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, Ecuador. <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/plan-negocios-ecuador.html>

- Rojas, S., & Paredes, E. (2021). Análisis de mercado y su impacto en el éxito de las microempresas en Perú. *Journal of Business Strategies*, 18(3), 78-92.
- Santander X. (11 de Noviembre de 2021). Espíritu emprendedor: lo que necesitas para sacar adelante tu proyecto. Obtenido de Santander X Blog: <https://www.santanderx.com/es/blog/espiritu-emprendedor.html>
- Sohl, J. E. (2018). The importance of business planning for entrepreneurs in the early stages of their ventures. *Journal of Business Venturing Insights*, 9, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2018.e00101>
- Supo, J. (2024). Metodología de la Investigación Científica (4ta ed.). Bioestadístico EEDU EIRL.
- Torres, F., & Alvarado, M. (2022). Evaluación del desempeño en microempresas: La función del plan de negocio. *Revista de Gestión Empresarial*, 10(4), 100-115.
- Weinberger Villarán, K. (2009). Plan de negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. USAID - Perú.
- Weinberger, K. (2009). Plan de negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. 1ra Ed. Perú. [http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan\\_negocios.pdf](http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/plan_negocios.pdf)
- Zhingre, S., Erazo, J., Narváez, I., y Moreno, V. (2019). Plan de negocios para evaluar la viabilidad en el sector microempresarial de repuestos de vehículos. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5 (10), 370-396. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7439116>.