

FACULTAD DE NEGOCIOS
Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“CONDICIONES DE LA CREACIÓN DE
CLÚSTER DE MYPES DEL SECTOR
COMERCIO EN EL DISTRITO DE CANAYRE,
PROVINCIA DE HUANTA, AYACUCHO, EN EL
2022”

Tesis para optar al título profesional de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Autor:

Elvis Jhonatan Baños Alvarez

Asesor:

Mg. Giovanni Paolo Figari Salas

<https://orcid.org/0000-0001-8353-1437>

Lima - Perú

2023

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	JUAN CARLOS GANOZA ALEMAN
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	GIOVANNI PAOLO FIGARI SALAS
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	GISELA ANALY FERNANDEZ HURTADO
	Nombre y Apellidos

INFORME DE SIMILITUD

Elvis Baños - Fnal

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	6 %
2	ojs.uac.edu.co Fuente de Internet	3 %
3	documentop.com Fuente de Internet	1 %
4	docplayer.es Fuente de Internet	1 %
5	www.inei.gob.pe Fuente de Internet	1 %

Excluir citas Apagado Excluir coincidencias < 1%
Excluir bibliografía Activo

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada a mis padres JUANA Y TEOFILO por concederme la vida; y de una manera muy especial a mi madre JUANA ALVAREZ, que día a día vela por mi bienestar, por darme una educación donde priorizó los valores y respeto hacia los demás, por su ejemplo de lucha y perseverancia, por hacerme creer que los sueños se cumplen siempre y cuando luches por ellos. De la misma manera a mis HERMANOS(AS) sin ellos nada sería posible.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por permitirnos poder disfrutar de una vida sana y maravillosa, a mis docentes y asesor Mg. Giovanni Figari Salas; sin su apoyo y conocimiento del tema no sería posible realizar esta investigación; agradecer de manera especial a mis amistades y familiares cercanos que siempre me brindan su apoyo de manera incondicional.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	10
ÍNDICE DE FIGURAS	12
RESUMEN	15
CAPÍTULO I.....	17
INTRODUCCIÓN.....	17
1.1. Realidad problemática.....	17
1.2.1. Antecedentes.....	20
1.2.1.1. Antecedentes internacionales	20
1.2.1.2. Antecedentes nacionales.....	22
1.1.3. Bases teóricas.....	25
1.1.3.1. Mypes	25
1.1.3.2. Clúster.	26
1.1.4. Modelos	28
1.1.5. Dimensiones	32
1.1.5.1. Dimensiones a considerar de la creación de clúster.	32
1.2. Formulación del problema	37
1.2.1. Problema general.....	37
1.2.2. Problemas específicos	37
1.3. Objetivos	38

1.3.1. Objetivo general	38
1.3.2. Objetivos específicos.....	38
1.4. Hipótesis.....	38
1.5. Justificación	39
CAPÍTULO II.....	40
2. METODOLOGÍA.....	40
2.1. Tipo de investigación.....	40
2.1.1. Enfoque	40
2.1.2. Diseño.....	40
2.1.3. Tipo	41
2.2. Población y muestra.....	42
2.2.1. Población	42
2.2.2. Muestra	42
2.3. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.....	42
2.3.1. Métodos y técnicas	42
2.3.2. Instrumento de recolección de datos	43
2.3.3. Procedimiento De Recolección	44
2.3.3.1. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.	44
2.3.4. Análisis de datos.....	46
2.4. Aspectos éticos	46
CAPÍTULO III	48
3.1. RESULTADOS	48
3.2. Descripción de las Mypes del distrito de Canayre	48
3.3. Descripción general de los entrevistados (ficha de datos)	50

3.4.	Escala de medición de los resultados	51
3.5.	Análisis de las dimensiones.....	51
3.5.1.	Resultados de la dimensión Cooperación.....	51
3.5.1.1.	Las Mypes desarrollan una cultura empresarial asociativa.	52
3.5.1.2.	Confianza entre las Mypes.....	56
3.5.2.	Resultados de la dimensión conocimiento.	59
3.5.2.1.	Las Mypes adquieren conocimientos e implementan tecnologías innovadoras para mejorar procesos productivos.	59
3.5.2.2.	Las Mypes innovan e implementan su conocimiento sobre tecnologías de información y comunicación (TIC).	63
3.5.3.	Resultados de la dimensión competitividad	65
3.5.3.1.	Incremento de la productividad de las Mypes.	66
3.5.3.2.	Competencia de las Mypes.	68
3.5.4.	Resultado de la dimensión financiera.....	71
3.5.4.1.	Las Mypes incrementan su acceso a información del sistema financiero.	71
3.5.4.2.	Las Mypes acceden a los servicios financieros.	74
CAPÍTULO IV		78
DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES		78
4.1.	Discusión	78
4.1.1.	Dimensión cooperación	79
4.1.2.	Dimensión conocimiento.....	81
4.1.3.	Dimensión de la competitividad.....	83
4.1.4.	Dimensión financiero	85
4.2.	Limitaciones	87

4.3. Conclusiones.....	88
4.4. Recomendaciones	92
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94
ANEXOS	106
ANEXO N° 1:.....	106
MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	106
ANEXO N° 2	107
MATRIZ DE OPERACIÓN DE LA VARIABLE.....	107
ANEXO N° 3	108
CUESTIONARIO SOBRE LAS CONDICIONES DE LA CREACIÓN DE CLÚSTER	108
ANEXO N° 4	120
VALIDACIONES	120

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 La PEA del distrito de Canayre	49
Tabla 2 Descripción general del encuestado	50
Tabla 3 Tabla de medición de resultados según escalas.....	51
Tabla 4 ¿En los últimos años su empresa perteneció a alguna organización o agrupación entre Mypes con fines empresariales?	52
Tabla 5 ¿Usted se capacita, participa en proyectos, eventos y seminarios para adquirir más conocimientos empresariales?.....	59
Tabla 6 ¿Los conocimientos que busca se enfocan en mejorar la calidad de su empresa?	60
Tabla 7 ¿Los conocimientos que busca se enfocan en mejorar la competitividad de su empresa?	60
Tabla 8 ¿Los conocimientos que busca se enfocan en la certificación? (Nivel de calidad, medioambiental, la formalidad, etc.)	60
Tabla 9 ¿Los conocimientos que busca se enfocan a la fidelidad del cliente?.....	61
Tabla 10 ¿Tiene algún mecanismo o instrumento para recoger información de sus clientes?	62
Tabla 11 ¿Usted comparte y recibe información de empresas de su mismo sector comercial?.....	62
Tabla 12 ¿Utiliza algún equipo de cómputo con programa informático especializado en su empresa?.....	64

Tabla 13 ¿En los últimos años formó alianzas con proveedores, clientes, empresas de servicios para tener mayor desarrollo empresarial?	68
Tabla 14 ¿El objetivo de la alianza fue reducir costos?	69
Tabla 15 ¿El objetivo de la alianza fue ofrecer un producto diferenciado a lo habitual?70	
Tabla 16 ¿Las alianzas las establece con los mismos empresarios?	70
Tabla 17 ¿Participó usted en algún evento de capacitación o tuvo acceso a información relacionada con la oferta de servicios de micro finanzas?.....	72
Tabla 18 ¿Durante el año 2022, su empresa accedió a algún tipo de financiamiento? ..	74

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1 Modelo del diamante de Porter	30
Gráfico 2 Modelo de factores de éxitos del desempeño del clúster.	31
Gráfico 3 ¿A qué tipo de organización o agrupación se incorporó?	53
Gráfico 4 ¿Cuáles fueron los motivos por los que se incorporó a una o más organizaciones o agrupaciones?	53
Gráfico 5 ¿Número de empresas del mismo segmento (mismo negocio que el tuyo) con el que se relaciona?.....	54
Gráfico 6 ¿Está de acuerdo, en que la asociación a la que pertenece fomenta la cooperación?.....	54
Gráfico 7 ¿Por qué no se incorporó a una organización o agrupación?	55
Gráfico 8 ¿Considera que la responsabilidad de los integrantes del clúster (asociación) es importante para colaborar?	56
Gráfico 9 ¿Considera que la información que comparte con otras Mypes puede ser usada en su contra?	57
Gráfico 10 ¿Está de acuerdo, con la forma de trabajar de los empresarios de los demás Mypes que se relaciona?.....	57
Gráfico 11 ¿Está de acuerdo, en que de los beneficios obtenidos de un clúster (asociación) se benefician de manera equitativa todos los integrantes?	58
Gráfico 12 ¿Está de acuerdo, en que el apoyo que brinda es reciproco por parte de otros empresarios de las Mypes?.....	58

Gráfico 13 ¿Dónde recibe o adquiere el conocimiento para mejorar el desempeño de su empresa?	61
Gráfico 14 ¿Por qué no participó en proyectos, eventos, seminarios y cursos de formación para adquirir más conocimientos empresariales?	63
Gráfico 15 ¿Considera importante utilizar las redes sociales para promover la empresa?	64
Gráfico 16 ¿Frecuencia de uso de las redes sociales para promover la empresa?.....	65
Gráfico 17 ¿Rango de porcentajes de personas que regresan a su establecimiento?	66
Gráfico 18 ¿Rango de porcentajes de personas que recomiendan su empresa (negocio)?	67
Gráfico 19 ¿Rango de porcentajes que ha mejorado la rentabilidad con el año anterior de la empresa (negocio)?.....	67
Gráfico 20 ¿Cuántas alianzas formo en los dos últimos años?.....	69
Gráfico 21 ¿Por qué, no formo alianzas?	71
Gráfico 22 ¿Cuáles son los criterios más importantes para influenciar en la decisión de tomar un préstamo financiero?	72
Gráfico 23 ¿En su localidad, que tipo de institución presta servicios de financiamiento a las Mypes?	73
Gráfico 24 ¿En su localidad, que productos conoce usted que ofertan las instituciones financieras para las Mypes?.....	73
Gráfico 25 ¿Cuáles fueron las dificultades que tuvo para no acceder al financiamiento solicitado?.....	75

Gráfico 26 ¿Estas conforme con el financiamiento recibido?.....	75
Gráfico 27 ¿Porque no está conforme con el financiamiento recibido?.....	76
Gráfico 28 ¿En qué tipo de institución obtuvo el financiamiento?	76
Gráfico 29 ¿Cuál fue el destino o uso que le dio al financiamiento recibido?	77

RESUMEN

La tesis abordó la problemática de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) y su impacto en la competitividad, productividad y desigualdad en los mercados; por el cual se propuso el clúster como medio de solución. El objetivo de esta investigación fue describir las condiciones de la cooperación, el conocimiento, la competitividad y financiero de la creación del clúster de Mypes del sector comercio.

La metodología de la investigación fue de tipo transversal descriptivo, cuantitativa, no experimental, de encuestas, con una población finita y muestra por conveniencia de (26 Mypes). Como resultado existe una baja cultura empresarial asociativa (42.3%), pero alta confianza (61.5%); alto nivel de adopción de tecnologías innovadoras (56.3%) y aplicaciones de conocimientos en TIC (61.8%); baja productividad (34.6%), alta competitividad (65%); alto acceso a información financiera (63.5%) y servicios financieros (58%).

Las Mypes tienen un bajo nivel de participación en asociaciones empresariales donde existe confianza entre ellas, pero desafíos en la percepción de riesgos y beneficios; existe compromiso en adquirir conocimientos y tecnologías innovadoras; la productividad es baja con relación en la retención de clientes y la necesidad de establecer alianzas directas; respecto a la condición financiera es muy alta, con acceso a financiamiento, toman decisiones financieras informadas.

PALABRAS CLAVES: Clúster, Mypes, factores, desarrollo, competitividad.

ABSTRACT

The thesis addressed the problems of Micro and Small Enterprises (MSEs) and their impact on competitiveness, productivity and inequality in the markets; for which the clúster was proposed as a means of solution. The objective of this research was to describe the conditions of cooperation, knowledge, competitiveness and financial conditions of the creation of the Mypes clúster in the commerce sector.

The research methodology was descriptive, quantitative, non-experimental, survey-based, with a finite population and a convenience sample of (26 Mypes). As a result, there is a low associative business culture (42.3%), but high trust (61.5%); high level of adoption of innovative technologies (56.3%) and applications of ICT knowledge (61.8%); low productivity (34.6%), high competitiveness (65%); high access to financial information (63.5%) and financial services (58%).

Mypes have a low level of participation in business associations where there is trust among them, but challenges in the perception of risks and benefits; there is commitment to acquiring knowledge and innovative technologies; productivity is low in relation to customer retention and the need to establish direct alliances; Regarding the financial condition is very high, with access to financing, they make informed financial decisions.

Keywords: Clúster, Mypes, factors, development, competitiveness

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Para Pérez (2019) existe una necesidad de comprender y abordar los desafíos que enfrentan las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mypes) en diferentes países en términos de su contribución a la economía. A pesar de ser un sector dominante en términos de número de empresas y empleo, las Mypes muestran una participación limitada en el Producto Bruto Interno (PBI) y en las exportaciones, especialmente en países latinoamericanos en comparación con los europeos; el problema radica en la baja productividad que afecta en la capacidad para contribuir de manera significativa al crecimiento económico de las MIPYMES, especialmente en los países latinoamericanos.

Kamichi (2023), el problema de las Mypes en Perú se centra en la informalidad y la falta de productividad en las microempresas, donde a pesar de los esfuerzos por reducir los costos de formalización, la tasa de informalidad en este sector alcanza casi el 80%. La informalidad se origina no solo por los costos de formalización, sino también en la falta de productividad y la lucha por la subsistencia de los microempresarios. Esta problemática se deriva de factores económicos e institucionales, destacando la productividad como un elemento crítico que afecta de manera desproporcionada a las microempresas, que son menos productivas en comparación con las empresas de mayor tamaño. En última instancia, el problema subyace en la necesidad de diversificar la economía peruana y promover una mayor complejidad económica para abordar la problemática existente, por lo que el clúster sería una opción adecuada para contrarrestar la problemática.

Para crear un clúster funcional en el Perú es necesario conocer el comportamiento y perspectivas que se tiene acerca del tema, los clústeres requieren que los diferentes factores estén bien determinados, conocer el grado de competitividad, contar con capital humano adecuado, buena infraestructura, el acceso a financiamiento, conocimientos y comunicación adecuada. Así mismo, la cooperación y la interacción entre diversos grupos son fundamentales para la gestión de clústeres en cualquier país; en el caso de Perú, un país con una larga historia de informalidad y una influencia limitada del sector estatal en los pequeños empresarios; por ello es esencial examinar las condiciones necesarias para establecer clústeres y determinar si las micro y pequeñas empresas (Mypes) de una región específica del país cumplen con los requisitos para formar estos grupos colaborativos. Los clústeres funcionan como impulsores de la economía circular donde las Mypes en colaboración con las regiones permiten desarrollar ventajas colectivas y crear nuevas oportunidades en la cadena de valor productiva e innovadora; las redes desempeñan un papel crucial al permitir que los clústeres se conecten entre sí y faciliten la colaboración entre distintos eslabones de las cadenas de valor, lo que resulta fundamental para lograr una implementación exitosa de la economía circular (Revista Economía, 2021).

Según el Centro de investigación de Economía y Negocios Globales (CIEN, 2023) la exportación de productos de las (Mypes) representan la mayor proporción en cuanto a otro tipo de empresas; a pesar de esta prevalencia en términos de cantidad, su contribución a los ingresos económicos generados a través de las exportaciones es menor en comparación con las grandes empresas.

Ayacucho es uno de los departamentos del Perú que en los últimos 30 años ha sido afectado por fenómenos políticos, sociales y culturales de manera negativa, como por ejemplo el terrorismo, el narcotráfico, el analfabetismo, etc. Las Mypes en el departamento mencionado carecen de toda competitividad, en parte debido a la poca intervención gubernamental de sus diferentes estructuras, los emprendedores a menudo administran sus negocios de manera empírica, muchos de ellos no comprenden las ventajas y beneficios que podrían obtener al formar parte de un clúster, por ello se necesita realizar estudios para abordar estos problemas y mejorar la situación económica y empresarial en el departamento de Ayacucho (BBC News Mundo, 2021).

La investigación se realiza en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, con el objetivo de proporcionar un análisis detallado de forma descriptiva de las Mypes en términos de cooperación, conocimiento, competitividad y aspectos financieros para comprender mejor su situación y perspectivas empresariales.

La importancia de implementar un clúster es relevante, porque constituye una alternativa para acelerar la reactivación económica, con plataformas de desarrollo estratégico que implican la unión de empresas en una determinada zona geográfica con el propósito de compartir conocimiento, maquinaria, transporte, financiamiento y otros recursos, con esta colaboración, las empresas aumentan su productividad y su poder de negociación, fue la conclusión de la Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas (CONFIEP, 2020).

1.2.1. Antecedentes

1.2.1.1. Antecedentes internacionales

Gómez (2017), en México, en su artículo “La importancia de los factores fundamentales en el clúster” publicada en la revista *Dimensión Empresarial*, *el objetivo del estudio fue demostrar la importancia de los factores fundamentales en el funcionamiento y competitividad del clúster*. En la metodología se aplicó encuestas con un cuestionario con escala tipo Likert de 5 niveles y 46 ítems, análisis estadístico, la muestra comprende de 26 empresarios. Dio como resultado que los empresarios buscan competir mediante la reducción de precios sin comprometer la calidad, para aumentar la competitividad, adquieren conocimientos a través de capacitaciones y participación en eventos especializados, la innovación se relaciona con el uso de tecnología, la competitividad se mide por la fidelidad de los clientes y la rentabilidad, los empresarios se relacionan con su mismo segmento y con el gobierno.

Jiménez et al., (2016), en Colombia, en su artículo “Factores determinantes del desempeño del clúster: Caso aplicado al sector de muebles en Barranquilla, Colombia” publicada en la revista *TEC empresarial*. *El objetivo principal de la investigación fue identificar los factores claves que influyen en el desempeño de un clúster, con la finalidad de conocer mejor el fenómeno para mejorar los resultados*. El estudio se realizó empleando un enfoque cuantitativo y correlacional de carácter no experimental y de alcance transversal. La muestra comprendió de 54 empresas que forman parte del sector de muebles en la ciudad de Barranquilla. Según los resultados obtenidos, los factores que muestran un nivel de importancia significativamente alto son: la innovación, la existencia de confianza, la ubicación, la gestión del recurso humano y la colaboración conjunta con otros actores, además de la cooperación empresarial.

Reinoso et al., (2022), en Colombia en el artículo titulado “condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico en el clúster textil-confección en Ibagué-Colombia” publicada en la Revista Venezolana de Gerencia. *El objetivo de la investigación fue determinar las condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico en el clúster textil-confección de Ibagué, Colombia.* La metodología es de enfoque descriptivo de naturaleza cuantitativa, con una muestra de 230 empresas pertenecientes al clúster textil-confección ubicado en la ciudad de Ibagué, Colombia. Los resultados señalan un bajo desarrollo en el clúster textil-confección de Ibagué, Colombia, exigiendo mejoras en capital humano emprendedor, financiamiento y plataforma de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI), respaldadas por la necesidad de un ecosistema emprendedor sólido y competitivo que integre actores institucionales variados, como universidades, nuevas fuentes de financiamiento y grupos de investigación, para impulsar el emprendimiento dinámico de forma sinérgica

Feria (2016), en México, artículo científico titulado “Estudio de Capacidades y Sistema Local de Innovación en Aguascalientes: Las Pymes del clúster Innovatia” publicada en la revista Investigación administrativa. *El objetivo de la investigación fue mostrar evidencia de la conformación del conglomerado mediante la forma en que las empresas operan, vinculan y construyen su capacidad innovativa en torno a los procesos de innovación.* La metodología fue cuantitativa de naturaleza transversal, descriptiva, con un enfoque correlacional, con cuestionario estructurado de escala Likert de 48 preguntas cerradas; la muestra estuvo conformada por 25 empresas. Como resultado se encontró que a pesar de las limitaciones económicas y culturales en la investigación; las empresas locales se modernizan con innovaciones, la capacitación de trabajadores se vincula con la innovación, y se empleó un análisis factorial para identificar componentes en la vinculación y las capacidades de innovación en el modelo de clúster.

Asencio et al., (2021), en Ecuador, artículo titulada “Factores determinantes en la creación de un clúster asociativo en el sector frutícola exportador De Guayas-Ecuador” publicada en la revista Veritas & Research. *El objetivo de la presente investigación fue identificar los factores determinantes en la creación de un clúster frutícola asociativo que beneficie a los productores de ese sector económico.* La metodología es de tipo documental y descriptiva, con entrevistas, la población fue de 72 y una muestra de 3 productores frutícolas. Como resultado se obtuvo que los entrevistados enfatizan la importancia de las asociaciones y la confianza de sus miembros para el crecimiento continuo de este sector, también señalan la necesidad de recursos económicos, principalmente provenientes de las cuotas de afiliación, y destacan el apoyo gubernamental a través de capacitación y facilitación de préstamos para impulsar la producción agrícola.

1.2.1.2. Antecedentes nacionales

Valdez (2019), en Lima, en la tesis titulada “Factores condicionantes del sector textil en la competitividad empresarial de las Mypes Del Clúster De Gamarra – 2018. Recuperado de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. *El objetivo fue Determinar la influencia de los factores condicionantes del sector textil en la competitividad empresarial de las Mypes del clúster de Gamarra – 2018.* La metodología de la investigación fue de tipo básico, de nivel descriptivo, no experimental, de enfoque cuantitativo. Dio como resultado que más de la mitad de las empresas no utilizan herramientas de TIC ni reciben información sobre agrupaciones empresariales, al mismo tiempo que una proporción significativa no otorga beneficios laborales adecuados, paga salarios conforme a la ley, carece de precios competitivos y no cuenta con formularios de inventario, lo que impacta negativamente en su competitividad empresarial.

Benites et al., (2020), en Trujillo, en el artículo titulada “Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú), publicada en la Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa. *El objetivo de la investigación fue analizar la situación competitiva de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) en la ciudad de Trujillo, evaluando los factores claves para la productividad que tendrán una asociación con la competitividad sostenible. Se llevó a cabo una investigación con una muestra de 152 empresarios de diferentes sectores, donde se recopiló datos cuantitativos, descriptivo y no experimental. Como resultado se identificó que la calidad, el capital humano, las finanzas, el plan estratégico, la comercialización y las alianzas estratégicas influyen positivamente en la competitividad; sin embargo, los TICs, la sinergia del negocio no se percibe, lo que hace que estos hallazgos sean útiles para mejorar el conocimiento en las decisiones estratégicas de los gerentes de PYMES frente a la globalización y el proceso intensivo de la digitalización.*

Albujar et al., (2019), en Chiclayo, en su tesis titulado “Clúster de turismo en la Región Lambayeque” presentado en la Pontificia Universidad Católica Del Perú. Donde *el objetivo de la investigación fue analizar el nivel de desempeño económico del sector turismo en la región Lambayeque e identificar la existencia de un posible clúster*”. El diseño empleado en la investigación fue no experimental, cuantitativa y de tipo descriptivo, la población estuvo conformada por 466 y una muestra de 30 agentes económicos del sector turismo en la Región Lambayeque. Los resultados revelan un desempeño económico promedio en el sector turismo de Lambayeque, aunque se enfrenta a desafíos en integración de conocimientos, liderazgo y visión compartida; la competencia se centra en grupos familiares y la influencia global proviene de cadenas nacionales y gremios organizadores de viajes de aprendizaje, pero carecen de objetivos institucionales y políticas de crecimiento sectorial.

Porrás et al., (2013), en Lima, tesis titulado “Desempeño Coopetitivo del clúster de Muebles de Madera del Parque Industrial de Villa El Salvador: una aproximación dentro de instituciones, gobiernos, asociaciones y empresas”, presentado en la Pontificia Universidad Católica Del Perú, el objetivo principal fue “*determinar el nivel de desempeño coopetitivo dentro de instituciones, gobiernos, asociaciones y empresas del clúster de muebles de madera del Parque Industrial de Villa El Salvador (PIVES)*”. La metodología es de diseño no experimental transaccional de tipo descriptivo, cuantitativa, con una población de 78 y la muestra fue de 20 empresas. Los resultados indican que las pequeñas y microempresas discrepan sobre la posibilidad de un clúster unificado, mientras que medianas empresas, gobierno local, y asociaciones del PIVES están de acuerdo, proximidad geográfica en el clúster es valorada positivamente por el 90% de los encuestados, beneficiando la afluencia de clientes y reduciendo costos y tiempos en la producción.

Medina (2017), en Lima, tesis titulado “La formación del clúster y su impacto en el perfil crediticio y exportador de los productores de orégano de la región Tacna” publicada en la Universidad Inca Garcilaso De La Vega. Donde el objetivo principal del estudio fue “*determinar el impacto de la formación de los clústeres en el perfil crediticio y exportador de los productores de orégano de la región Tacna*”. Se aplicó el diseño no experimental, transversal, correlacional y descriptiva, tuvo una muestra conformada por 182 productores asociados de orégano de la región Tacna. La prueba bilateral de significatividad (0,0033) mostró una fuerte relación positiva y lineal entre la formación de clústeres y el perfil crediticio y exportador de productores de orégano (Rho de Spearman = 0,768), confirmando su impacto positivo en estos perfiles, junto con relaciones significativas entre la formación de clústeres y el perfil crediticio ($r = 0,776$) y el perfil exportador ($r = 0,667$) en la misma región.

Pizarro et al., (2018), en Lima, tesis titulado “Factores clave de éxito para el desarrollo de un clúster de palta en Chincheros, Apurímac” recuperado del repositorio de Pontificia Universidad Católica Del Perú. *El objetivo principal fue identificar cuáles son los factores clave de éxito para el desarrollo de un clúster de palta en los distritos de Chincheros, Huaccana y Ongoy, de la provincia de Chincheros, región Apurímac.* En la metodología se aplicó un enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo, diseño no experimental y transversal, con una población de 736 y una muestra de 258. Como resultado el clúster de la palta está en una etapa incipiente. Sin embargo, la actividad económica alrededor de la palta ha atraído a diversos agentes, las interacciones son débiles, la demanda es irregular debido a empresas agroexportadoras y la tecnología es débil en la cadena productiva, hay una brecha significativa en el desarrollo del clúster, e identificaron 10 factores clave para su desarrollo en Chincheros, como la asociatividad, liderazgo, infraestructura, tecnificación, formalización, financiamiento, gestión y acceso a nuevos mercados.

1.1.3. Bases teóricas

1.1.3.1. Mypes

Según la SUNAT (2022) las MYPES (Micro y Pequeñas Empresas) es una unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo varias formas de organización empresarial, como individuales, sociedades, entre otras, con el propósito de participar en actividades relacionadas con la extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Estas empresas suelen ser más pequeñas en tamaño en comparación con las grandes corporaciones, las MYPES en Perú se clasifican en dos categorías principales:

A. Microempresas. Las microempresas son las más pequeñas de las MYPES en Perú, se definen por su bajo nivel de ingresos anuales y el número limitado de trabajadores que emplean; el monto máximo de las ventas es de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) equivalente a S/ 690 000; el límite de trabajadores es de uno (1) hasta diez (10) trabajadores, que varía según el sector económico en el que operan.

B. Pequeñas Empresas. Las pequeñas empresas son un poco más grandes que las microempresas, tanto en términos de ingresos como de empleados, el número de trabajadores es de uno (1) hasta cien (100) trabajadores y el monto máximo de las ventas es de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) equivalente a S/ 7 820 000; existen límites específicos en función del sector económico en el que operan, pero aún son significativamente más pequeñas que las medianas y grandes empresas.

1.1.3.2. Clúster.

Según Porter (1998) un clúster se refiere a concentraciones de empresas en una determinada zona geográfica, entre proveedores, prestadores de servicios e instituciones relacionadas, en un ámbito específico, todos ellos conectados a factores externos, generando un entorno marcado por una elevada innovación, intercambio de conocimientos y la presencia de trabajadores altamente calificados para encaminar al constante desarrollo de productos y servicios de alto nivel.

Capó (2007), Los clústeres fomentan la colaboración y la asociación entre empresas dentro de una concentración geográfica, lo que da lugar al desarrollo de relaciones de confianza mutua y la colaboración a través de redes organizativas; las redes pueden establecerse tanto en cadenas de suministro como entre empresas asociadas, las empresas participan en estas redes por diversas razones, que incluyen la reducción de la incertidumbre, el intercambio de conocimientos y mejores prácticas, la disminución de los costos de transacción, la mejora de las negociaciones con terceros y la estandarización

de procesos; la colaboración dentro de un clúster es fundamental para aprovechar las ventajas de una economía basada en el conocimiento y se relaciona estrechamente con la competitividad de las empresas en ese entorno.

Porter (1998), menciona que la concentración de los distritos industriales se considera una herramienta esencial para mejorar la competitividad a nivel internacional; contrariamente a lo que se podría pensar, la agrupación de empresas en un lugar específico no resulta en una sobreproducción, sino que, por el contrario, ha demostrado generar beneficios. Investigaciones posteriores han confirmado que los conglomerados empresariales, también conocidos como "clústeres," no solo han impulsado el desarrollo y el crecimiento de las regiones, sino que también han promovido alianzas entre las empresas, simplificando la producción de las empresas al fomentar la cooperación y la colaboración en un mercado globalizado, facilitan la adquisición de materiales y permiten realizar estrategias de marketing a nivel regional o de distrito de manera conjunta para alcanzar metas compartidas. La organización empresarial y económica desempeña un papel crucial para enfrentar la creciente competencia, especialmente porque las pequeñas empresas a menudo se encuentran en desventaja frente a las multinacionales.

Según Camisón (2001) pertenecer a un clúster trae muchos beneficios, como lo han demostrado investigaciones empíricas, las cuales tienen influencias significativas en el desarrollo económico y de mercado, el clúster genera ventajas favorables tales como: la adquisición de economías externas, un mejor análisis del contexto sociopolítico, el análisis de las características de la organización y la planificación de estrategias que generen la manipulación y distribución de recursos y capacidades tecnológicas. Las empresas que tienen acceso al clúster muestran un mayor desarrollo económico, esto se debe a que comparten un entorno geográfico donde es más factible compartir recursos materiales, mano de obra, clientes, conocimientos, financiamiento, etc.

Por su parte, Porter (1998) sostiene que un clúster regional se caracteriza por la proximidad geográfica de sus miembros y la oferta de servicios típicos de la zona, adaptados a las necesidades de los residentes o a los tipos de comercio existentes, a menudo complementándose entre sí.

Para Montoya (2014) la regionalización ha adquirido una nueva relevancia, donde el concepto de clúster nos hace comprender que gran parte de la ventaja competitiva de una empresa radica en factores externos a ella, incluso más allá de su propia industria, donde el clúster influye en la prosperidad de la empresa, la cual se beneficia de un entorno que fomente la innovación o brinde acceso a talento especializado y proveedores. Estos clústeres impulsan las exportaciones y atraen inversión extranjera, convirtiéndose en un espacio de colaboración entre empresas, entidades gubernamentales e instituciones.

1.1.4. Modelos

Michael Porter (1998) aporta modelos y teorías que ayudan a definir mejor el clúster, donde conceptualiza que los clústeres son sociedades que se encuentran dentro de un área específica (concentraciones geográficas) los integrantes son compañías que tienen redes compartidas con proveedores de materias primas, de servicio, proveedores especializados en ciertas áreas, etc. Dentro de esta asociación pueden estar empresas e instituciones asociadas, como: Universidades, mercados, agencias, asociaciones de comerciantes y entre otros.

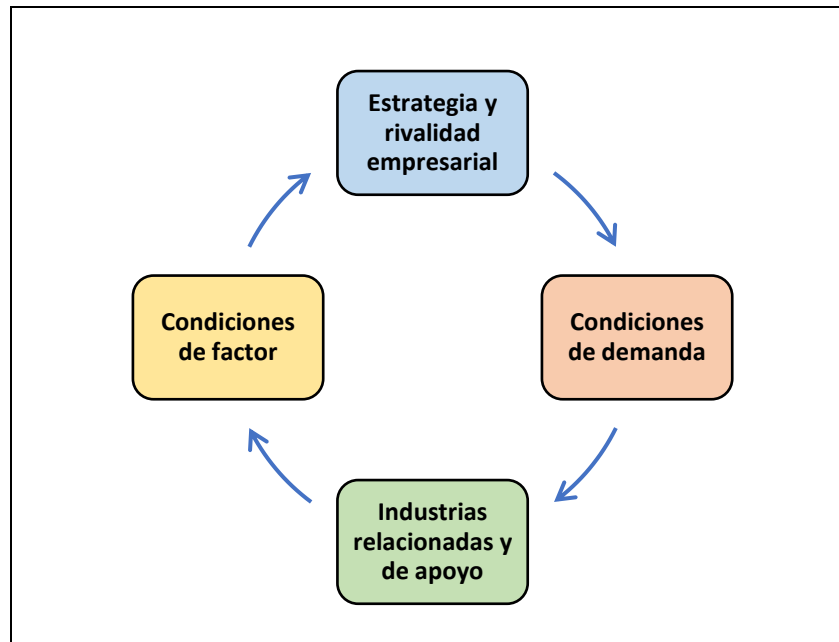
Blanco S. et al., (2014) citó a Porter (1991) donde menciona que *“El modelo del diamante de Porter está basado en el estudio de cuatro fuerzas determinantes para la competitividad: la estrategia y la rivalidad empresarial, las industrias relacionadas y de apoyo, las condiciones de factor y las condiciones de demanda”* (p.186).

- **Condiciones de factor:** Este componente se refiere a los recursos productivos disponibles en una zona geográfica, como la mano de obra, el capital, la infraestructura, la tecnología y los recursos naturales, donde la calidad y disponibilidad de estos factores pueden influir en la ventaja competitiva de una empresa o industria.
- **Condiciones de demanda:** Aquí se considera cómo la demanda interna de productos y servicios afecta a la competitividad, como la presencia de un mercado interno grande y sofisticado puede estimular la innovación y la mejora de la calidad de los productos.
- **Industrias relacionadas y de apoyo:** la presencia de industrias relacionadas y de apoyo sólidas en un área geográfica puede ser beneficiosa para las empresas de una industria específica, estas industrias pueden proporcionar servicios, conocimientos técnicos y suministros necesarios para el éxito de otras empresas.
- **Estrategia, estructura y rivalidad de la industria:** Este componente se enfoca en la competencia interna en una industria y cómo las empresas compiten entre sí, la rivalidad puede estimular la innovación y la mejora de la eficiencia, lo que puede aumentar la competitividad de las empresas en el mercado global.

Sin embargo, este enfoque es principalmente descriptivo y no ofrece un método claro para identificar los componentes de un clúster, la identificación de estos componentes depende en última instancia de un proceso creativo y del juicio de cada persona, ya que no existe una definición precisa sobre el grado de relación o integración económica entre las diferentes empresas e instituciones. Así mismo, algunos críticos señalan que este enfoque no tiene en cuenta factores históricos o socioculturales específicos de cada territorio, lo que puede llevar a una sobrevaloración de las posibilidades de replicar el éxito del clúster en diferentes lugares (Blanco S. et al., 2014).

Gráfico 1

Modelo del diamante de Porter



Nota: Recuperado y adaptado de “los modelos de Porter” (Porter, 1998)

- * El Modelo de Diamante de Michael Porter se utiliza para analizar la competitividad de empresas y países al considerar cómo estos cuatro elementos interactúan entre sí.
- * Una ventaja competitiva sostenible se logra cuando estos elementos se combinan de manera efectiva y positiva en una región o industria:

El modelo del clúster del conocimiento fomenta la colaboración y la interacción en la gestión, alentando la cooperación entre profesionales del ámbito de la gestión, dentro de este modelo, se impulsan actividades como el intercambio de conocimientos en foros, la colaboración en grupos de trabajo, la organización de visitas entre empresas, y la promoción de debates para difundir las tendencias en el mundo empresarial (Letreros, 2004).

Un clúster del conocimiento es la llave que abre la puerta a los estándares de competitividad que empresas y organizaciones necesitan, este sistema garantiza que las empresas adquieran los conocimientos en gestión requeridos para aumentar su eficiencia y productividad (Arbonés, 2000).

Según López (2016) el éxito de un clúster depende de diversos factores clave que influyen en su desempeño, relacionados tanto con asuntos internos como con la estrategia productiva y las interacciones entre los participantes, es por ello esencial comprender el comportamiento de las empresas que integran el clúster, dado que existen numerosos factores que afectan su rendimiento, tal como se muestra en el gráfico 4.

Gráfico 2

Modelo de factores de éxitos del desempeño del clúster.



Nota: Adaptado de “Modelo de factores éxito del desempeño del clúster” por López, 2016.

En “La integración de Pymes en clúster y su impacto en el financiamiento” Para (Menzel & Fornahl, 2007, citado en Evelia I. y Marcela C. 2011, P.5) donde mencionan que, se identifican tres fases distintas en el ciclo de vida de una industria: embrionaria, de crecimiento y de madurez.

En la fase inicial, de carácter exploratorio o embrionaria, participan un número limitado de empresas y trabajadores, el mercado es pequeño, la incertidumbre es elevada, el diseño del producto es básico y se emplea equipamiento no especializado.

En la segunda etapa, la de crecimiento, se experimenta un marcado aumento en la producción, acompañado de un incremento en el número de empleados y empresas

involucradas, el producto comienza a estabilizarse, la innovación de productos disminuye y el proceso de producción se vuelve más sofisticado, utilizando maquinaria especializada.

La tercera etapa, la de madurez o estabilidad, corresponde a un mercado consolidado en el que la producción se mantiene estable, su crecimiento es limitado y las innovaciones son menos notables. Al mismo tiempo, las actividades relacionadas con la gestión, el marketing y las técnicas de fabricación se especializan aún más.

1.1.5. Dimensiones

1.1.5.1. Dimensiones a considerar de la creación de clúster.

Competitividad: Para (Porter 1999, citado en Grajirena, J. et al., 2004 P.58) los clústeres desempeñan un papel fundamental en el fortalecimiento de la competitividad empresarial a través de tres vías principales: Aumento en la eficiencia productiva, el cual se da como resultado de la especialización, la sinergia entre las actividades de las empresas involucradas y el fortalecimiento de la capacidad de negociación; el fomento de la innovación que deriva de una mayor habilidad para identificar nuevas necesidades de los clientes y nuevas oportunidades tecnológicas, comerciales o productivas a través de la investigación colaborativa.

Para Mítxeo (2004) el clúster opera en una dinámica única en la que las empresas colaboran en ciertos aspectos, pero aún compiten en otros, la competencia se ha trasladado de la lucha de precios a la innovación, la creación de nuevos productos y el desarrollo tecnológico. Por ello se enfatiza la necesidad de encontrar un equilibrio entre la competencia y la cooperación dentro de un clúster y mantener el equilibrio es esencial para el éxito ya que desequilibrios constantes pueden afectar su funcionamiento. Esto incluye la necesidad de abordar las diferencias culturales entre las empresas y garantizar la participación igualitaria de todos los segmentos involucrados.

La cooperación como competencia empresarial; puede ser analizada como una alianza estratégica, donde estas alianzas estratégicas se describen como acuerdos en los cuales dos o más compañías independientes colaboran de manera voluntaria con el propósito de optimizar y potenciar las operaciones comerciales, ya sea en su totalidad o en una parte específica (Rodríguez, 2003).

Cooperación: Gómez (2017), los clústeres surgen debido a la colaboración entre empresas en un entorno donde ninguna empresa tiene un control permanente; la cooperación entre los miembros del clúster crea sinergias que mejoran la eficiencia y competitividad del mercado, reduciendo la incertidumbre futura, lo cual implica la movilización de recursos no necesariamente monetarios, como valores locales que fomentan la producción, innovación, se promueven la cooperación basada en la confianza y reciprocidad, lo que contribuye a la identidad única del clúster y fomenta la difusión del conocimiento.

Lucero (2020), La cultura empresarial asociativa se enfoca en la colaboración como un medio para resolver problemas comunes; es una herramienta que impulsa el desarrollo local y la competitividad empresarial, lo que permite diversificar operaciones, fortalecer la participación en el mercado, mejorar la capacidad de negociación y atraer financiamiento, etc., donde se requiere un alto nivel de compromiso, voluntad y confianza entre los empresarios, con un enfoque en el interés del grupo y el desarrollo de las empresas. En un entorno globalizado, la adopción de estrategias de asociatividad empresarial es fundamental para el fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas.

Para Cegarra et al., (2005) la confianza desempeña un papel importante en la cooperación organizativa y social; es esencial para el éxito de acuerdos de cooperación socialmente organizados, en la fase inicial de la cooperación, se construye confianza a

través de la reputación y experiencias previas de los socios, enriqueciendo el tejido social y promoviendo el bienestar económico, la confianza actúa como control en transacciones económicas, y la selección de participantes debe considerar el ajuste entre propósitos y confianza.

Conocimiento: Dayasindhu, (2002) menciona que el conocimiento es parte fundamental del clúster, a base del conocimiento se elabora planes estratégicos.

Para (Letreros, 2004) un clúster del conocimiento es una estructura donde profesionales de la gestión interactúan y cooperan mediante el aprendizaje colectivo compartiendo conocimientos, promoviendo actividades como intercambio de conocimiento, grupos de trabajo y eventos para difundir tendencias en gestión empresarial en tres áreas principales: la creación y gestión de empresas tecnológicas, el manejo del capital intelectual y el conocimiento en las pequeñas y medianas empresas, y la promoción de una cultura de empresa participativa con énfasis en valores éticos y la participación de las personas en la gestión.

Saldaña De Lira, et al., (2021) las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) se han vuelto esenciales para el crecimiento y la supervivencia de las organizaciones, especialmente las Mypes debido a los numerosos beneficios que aportan, mejorando directamente su competitividad, las Mypes tienen una infraestructura de TIC. Sin embargo, no logran aprovecharla plenamente, donde su importancia radica en la modernización de procesos, el aumento de la productividad y la competitividad, así como en la generación de ventajas competitivas e innovación, mejoran la accesibilidad a la información, la confiabilidad de los datos, la toma de decisiones y la reducción de costos.

Financiero: Según INEI (2013) financiamiento “*es el conjunto de recursos monetarios, financieros y de capital que complementan los recursos propios de una empresa*”. En términos generales financiero en una empresa se refiere a todos los aspectos relacionados con la gestión de los recursos financieros de la empresa, incluyendo la toma de decisiones financieras, la gestión de riesgos, la valoración de activos y la estructura de capital, entre otros.

Según Martínez (2007) existen numerosos elementos que pueden de alguna manera influir en el funcionamiento y crecimiento de un clúster de las Mypes, y uno de los aspectos más importantes es el problema para obtener fuentes de financiamiento para aumentar sus patrimonios, esto es ocasionada en gran parte por su falta de credibilidad de las entidades financieras, de si podrán realizar los pagos, en ocasiones las Mypes no pueden demostrar sus ingresos y otras no cuentan con patrimonios que sirvan como garantía financiera lo cual se detalla a continuación.

- Las instituciones financieras no proporcionan las garantías necesarias.
- La falta de formación, información y habilidades en la gestión financiera es evidente.
- Los costos de financiamiento son significativamente más altos en comparación con las grandes empresas.
- La falta de fuentes de financiamiento para las micro y pequeñas empresas se debe a la resistencia de las instituciones financieras a respaldar proyectos de menor envergadura.
- Los trámites son abrumadoramente complicados.
- Los procesos burocráticos consumen demasiado tiempo, lo que hace que la obtención de crédito llegue demasiado tarde para ciertos proyectos.

- Las empresas con menos de 2 años de existencia suelen ser rechazadas, mientras que las que tienen más tiempo a menudo tienen antecedentes negativos.
- A pesar de los anuncios frecuentes sobre programas de financiamiento, esta rara vez llegan a las micro y pequeñas empresas.

1.1.6. Enfoque seleccionado

Para la investigación “condiciones de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta – Ayacucho, en el 2022” se hizo adaptaciones de dos estudios, para las dimensiones de cooperación, conocimiento, competitividad fue extraída de “La importancia de los factores fundamentales en el clúster” realizada por Gómez en el 2017 el cual es un estudio sobre la relación entre los factores clave, el funcionamiento del clúster y la competitividad mediante encuestas con opción múltiple, Se emplearon técnicas estadísticas con SPSS. Así mismo, explica que existen diferentes factores que su peso o importancia varía dependiendo de la fase del ciclo de vida en el que se encuentra el clúster, la identificación y la implementación exitosa de estos factores permite y determina el crecimiento y la competitividad del clúster, en la literatura del clúster se identifican un grupo de factores que sobresalen en el análisis del clúster (Gómez, 2017).

Dimensión financiera. En la investigación hecha por el instituto nacional de estadística e informática INEI titulada “Encuesta de Micro y Pequeña Empresa EMYPE – 2013” el cual se orientó a recopilar datos cuantitativos con el fin de calcular y aproximar los parámetros que describen las características esenciales de las micro y pequeñas empresas (MYPES) ubicadas en diferentes ciudades de Perú, como: Lima, Callao, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Iquitos, Huancayo y Piura (INEI, 2013).

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo son las condiciones de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022?

1.2.2. Problemas específicos

- A.** ¿Cómo es la condición cooperación de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022?
- B.** ¿Cómo es la condición del conocimiento de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022?
- C.** ¿Cómo es la condición de la competitividad de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022?
- D.** ¿Cómo es la condición financiera de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Describir las condiciones de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022.

1.3.2. Objetivos específicos

- A.** Describir la condición cooperación de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022.
- B.** Describir la condición del conocimiento de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022.
- C.** Describir la condición de la competitividad de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022.
- D.** Describir la condición del entorno financiero de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022.

1.4. Hipótesis

Según Izcara (2014) las hipótesis son explicaciones tentativas de un fenómeno investigado, formuladas a manera de proposiciones. Una hipótesis debe desarrollarse con una mente abierta y dispuesta a aprender, pues de lo contrario se estaría tratando de imponer ideas, lo cual es completamente erróneo. Esta tesis al ser de alcance descriptivo no requiere hipótesis.

1.5. Justificación

- Como justificación teórica, la tesis brindará un marco conceptual que contribuirá a la ampliación de nuevos entendimientos sobre las condiciones que deben ser evaluadas en el proceso de establecimiento de un clúster, con la finalidad de desarrollar la competitividad de las Mypes en cualquier sector económico, midiendo los alcances de las siguientes dimensiones: de cooperación, conocimiento, competitividad y la condición financiera.
- Como justificación práctica, la tesis desempeñará un papel fundamental al proporcionar soluciones a las problemáticas que requieren ser descritas y analizadas en el contexto de la creación de un clúster destinado al desarrollo económico de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes). Estas problemáticas abarcan aspectos clave, tales como: ¿Cómo es la condición cooperación?, ¿Cómo es la condición del conocimiento?, ¿Cómo es la condición de la competitividad? y ¿Cómo es la condición financiera? El cual se lleva a cabo en el distrito de Canayre, provincia de Huanta - Ayacucho, y tendrá un impacto significativo en el crecimiento y la formalización de estos comerciantes.
- Como justificación metodológica, la tesis contribuirá con instrumentos en la aplicación de métodos científicos válidos, unidades de estudios entre otros, donde ayuden en próximas investigaciones de estudiantes, empresarios e instituciones que requieran hacer una investigación con las mismas variables.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

Es una investigación básica de enfoque cuantitativa, no experimental, transversal y descriptivo, se describen cada uno de ellos en los siguientes párrafos.

2.1.1. Enfoque

La investigación es de enfoque cuantitativa, porque el enfoque principal implica la recolección y análisis de datos numéricos, es decir son cuantificables aplicando métodos de recolección mediante encuestas estructuradas con preguntas cerradas. Así mismo, los datos recopilados se analizan mediante técnicas estadísticas y matemáticas para describir las dimensiones. Una investigación cuantitativa se caracteriza por su capacidad de medir fenómenos, asignándoles valores numéricos; luego se emplea técnicas estadísticas para analizar estos datos con el objetivo principal de describir, explicar, predecir y controlar sus causas de manera objetiva (Kerlinger, 2002)

2.1.2. Diseño

Es una investigación de diseño no experimental, se recauda información para describir los objetivos. La investigación no experimental es aquella donde no se manipulan las variables independientes de manera intencional, porque estas ya ocurrieron. Se observan situaciones ya existentes y el investigador no tiene control directo sobre esas variables. La investigación no experimental o *expost-facto* es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones, Kerlinger (1979, como se citó en Vílchez, 2014, p.116).

Así mismo, esta investigación es de tipo transversal porque el estudio transversal o estudio de prevalencia es un tipo de investigación donde se hace mediante la observación de los variables u objetos de estudio de una determinada muestra (los Mypes del distrito de Canayre), para luego analizar los datos recopilados, dentro de un periodo determinado, todo esto se realiza dentro de una población muestral. Muestras bien determinadas o llamadas subconjuntos donde los datos recogidos son similares en sus variables y permanecen constantes. (Ortega, C. 2018).

2.1.3. Tipo

La investigación es de tipo descriptiva, este tipo de investigación se caracteriza por describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual, la composición y los procesos de diversos fenómenos. Los enfoques se centran en las conclusiones predominantes, individuos o grupos de personas. La investigación descriptiva se enfoca en situaciones de hechos en las que las interpretaciones son precisas (Tamayo y Tamayo 2006)

La investigación es de tipo transversal o estudio de prevalencia, que es un tipo de investigación en el cual se realiza la observación de las variables u objetos de estudio en una muestra específica, en este caso, los Mypes del distrito de Canayre. Posteriormente, se analizan los datos recopilados dentro de un período determinado, todo ello en el contexto de una población muestral, las muestras están bien definidas y a menudo se les llama subconjuntos, ya que los datos recogidos presentan similitudes en sus variables y se mantienen constantes (Ortega, C. 2018).

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

Esta investigación tiene una población finita, porque se conoce la cantidad exacta de los elementos que forman parte del estudio; según la municipalidad distrital de Canayre tiene registrado (internamente) una cantidad de 32 empresas, de las cuales 26 son Mypes que están dentro del sector comercio y 6 se encuentran en el sector servicio. Una población finita es un grupo con un número definido y limitado de miembros, en el cual se pueden conocer y enumerar todos los elementos, donde abarca al 100% de la población, ya que se conoce completamente (Fidias, 2012).

2.2.2. Muestra

La muestra está conformada por 26 Mypes del sector comercio. La selección de la muestra se realizó por conveniencia, lo que se justifica porque no todas las empresas son del sector comercio y no todas están dispuestas a formar parte de la investigación; esta investigación se realiza con la colaboración de empresas del sector privado autónomas y esto les permite elegir entre participar o no de las encuestas por diferentes factores. El muestreo por conveniencia implica la selección de la muestra según la conveniencia del investigador, lo que le otorga la libertad de decidir arbitrariamente el número de participantes en el estudio (Hernández, 2021).

2.3. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.3.1. Métodos y técnicas

El método de recolección de datos fue mediante la encuesta, aplicando métodos y técnicas correctas para obtener información de la población, mediante encuestas presenciales y virtuales; el proceso técnico de recolección de datos comenzó con la búsqueda y adaptación del instrumento de la encuesta, prueba piloto, selección de la

muestra y análisis de datos. La encuesta es una técnica de investigación que implica la recopilación sistemática de datos formulando preguntas estandarizadas a una determinada muestra, con el propósito de obtener información cuantitativa o cualitativa sobre sus opiniones, actitudes, comportamientos u otras características relevantes, esta es ideal para estudios extensos con grandes poblaciones y análisis estadísticos, destacando por su representatividad estadística y enfoque matemático (Kuznik et al., 2010).

2.3.2. Instrumento de recolección de datos

Como instrumento de recolección de datos, se emplearon encuestas que incluían preguntas estructuradas presentadas en formato de opción múltiple de escala Likert y preguntas abiertas que permitieron a los participantes proporcionar información adicional en sus respuestas (opcional), con el propósito de tener un análisis estadístico apropiado; se elaboró una base de datos para recopilar, almacenar y gestionar la información recopilada durante la encuesta a las 26 muestras (encuestados) para su posterior análisis.

La encuesta se diseñó con preguntas cuantitativas distribuidas en cuatro dimensiones, ocho subdimensiones, y cuarenta y ocho ítems, aplicadas a los responsables de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes), el instrumento de investigación fue adaptado con base a los objetivos de la investigación recuperado del artículo titulado "La importancia de los factores fundamentales en el clúster," publicado por el autor Gómez en la revista Dimensión Empresarial en 2017, el artículo abordaba las dimensiones de cooperación, conocimiento y competitividad. Además, se incorporó el instrumento de la encuesta denominado "Encuesta de Micro y Pequeña Empresa" del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en 2013, del cual se extrajo la dimensión financiera.

La aplicación de la encuesta se llevó a cabo tanto de manera presencial como virtual, utilizando videollamadas a través de plataformas como Zoom, WhatsApp y Facebook.

2.3.3. Procedimiento De Recolección

2.3.3.1. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.

En esta investigación, se empleó la metodología de encuesta con el propósito de describir cuatro dimensiones fundamentales: cooperación, conocimiento, competitividad y situación financiera, y ocho subdimensiones, para llevar a cabo este análisis se diseñó una encuesta estructurada con una diversidad de 48 preguntas, la finalidad de este enfoque era obtener información detallada sobre la interacción de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) de Canayre con su entorno empresarial.

La encuesta abarcó aspectos clave, como el grado de cooperación entre las Mypes, el nivel de conocimiento que poseen sobre las dinámicas del mercado, su competitividad en el sector y el acceso a recursos financieros. La información recopilada sirvió para la evaluación de las condiciones existentes para una potencial creación de un clúster empresarial en la mencionada área geográfica, la investigación proporcionó una base sólida para comprender a fondo la realidad empresarial en Canayre y facilitar la toma de decisiones informadas respecto a iniciativas futuras en el ámbito empresarial local.

En el marco de la investigación, se siguió un proceso ordenado para llevar a cabo la recopilación de datos. El cual consistió en el envío de invitaciones, utilizando dos enfoques: Formal e informal, se enviaron invitaciones formales a los responsables de las Mypes mediante la entrega de documentos oficiales que detallaban el propósito y la importancia de la encuesta, las invitaciones formales buscaban establecer un marco serio y profesional. Así mismo, se implementó un enfoque informal al enviar

invitaciones directas a conocidos, este método se utilizó con la finalidad de aprovechar los contactos personales y establecer un vínculo más cercano con los participantes facilitando así su participación en el estudio.

El objetivo de las invitaciones, formales e informales, era motivar a los responsables de las Mypes a participar en la investigación respondiendo las encuestas, lo que contribuyó a establecer una conexión efectiva con los participantes y sentó las bases para una colaboración exitosa en el estudio.

En las invitaciones proporcionadas, se presentaron como opción dos alternativas para llevar a cabo las encuestas, permitiendo a los participantes optar por realizarlas de manera presencial o virtual, aquellos que eligieron la modalidad virtual recibieron la encuesta en formato PDF a través de la aplicación de mensajería WhatsApp. Así mismo, se estableció una comunicación continua mediante llamadas telefónicas o video llamadas en diversas plataformas virtuales, con la finalidad de proporcionar orientación y resolver cualquier duda o dificultad que pudiera surgir durante el proceso de la encuesta virtual y para los participantes que optaron por la opción presencial, se les entregaron las preguntas en formato impreso y se les brindó asistencia en tiempo real durante la realización de la encuesta, con el objetivo de abordar cualquier consulta o problema que pudiera afectar la integridad de los resultados de la investigación.

La encuesta inició con una introducción breve y detallada sobre el concepto de "Clúster" y sus dimensiones; se explicó minuciosamente cómo responder las preguntas, ofreciendo orientación adicional en caso de que surgieran dudas; es importante destacar que en ningún momento se buscó interferir, insinuar ni manipular las respuestas de los participantes. El tiempo estimado para completar cada

encuesta osciló entre 20 y 30 minutos por encuestado, la recopilación de datos se llevó a cabo a lo largo de siete días.

2.3.4. Análisis de datos

Se elaboró una base de datos para almacenar los resultados de la encuesta, clasificándolos por niveles (muy alto de 76 a 100, alto de 51 a 75, bajo de 26 a 50, muy bajo de 0 a 25). Posteriormente los resultados de la encuesta fueron reemplazados por datos numéricos para poder ser analizadas cuantitativamente, mediante el empleo de la estadística descriptiva, el análisis se llevó a cabo utilizando la herramienta de Excel MegaStad, una aplicación diseñada específicamente para el análisis de datos estadísticos, el cual permitió obtener una visión clara del estado actual de las empresas en relación a las cuatro dimensiones mencionadas anteriormente, con el objetivo de describir las dimensiones que requieren mejorar de la creación de clúster, el cual a su vez, proporcionara una interpretación más precisa y valiosa que podrá servir como base para investigaciones futuras destinadas a impulsar el desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes).

2.4. Aspectos éticos

Confidencialidad: El autor se compromete a mantener toda la información recaudada de los entrevistados en custodia y solo se aplicarán estrictamente en la investigación.

Objetividad: Los resultados obtenidos se publicaron sin ninguna alteración ni variación, de la manera más responsable y con la veracidad de los análisis realizados.

Participación de los entrevistados: La participación fue voluntaria, donde se les informo los detalles de la encuesta como: El concepto del clúster, las ventajas y desventajas de formar parte de ella y la finalidad de la encuesta “es netamente

académica”, el cual infiere que los datos recaudados serán solo con fines de investigación, manteniendo la estricta privacidad de las respuestas.

Originalidad: Las encuestas realizadas por el investigador son de autoría propia, así como los resultados no son copias o plagios, excepto el instrumento de recolección de datos que fue adaptada al entorno social y geográfico el cual está debidamente citado.

La investigación sigue los principios éticos de American Psychological Association (APA 7), el cual proporciona lineamientos claros para realizar una investigación científica responsable, se aseguró el respeto a la integridad de los participantes y la presentación transparente de los hallazgos, manteniendo los estándares éticos y profesionales exigidos por el estilo APA 7 en la redacción y citación del trabajo.

CAPÍTULO III

3.1. RESULTADOS

A continuación, se presentan los hallazgos derivados de la investigación, el cual se ha llevado a cabo mediante la aplicación del método de encuesta dirigido a los responsables de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes). El objetivo de este estudio es proporcionar una descripción detallada de las cuatro condiciones considerados importantes de la creación de clúster de Mypes en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, en Ayacucho, durante el año 2022.

3.2. Descripción de las Mypes del distrito de Canayre

El distrito de Canayre es uno de los doce distritos que conforman la provincia de Huanta, departamento de Ayacucho, el cual limita por el Norte con el distrito de Vizcatán del Ene (provincia de Satipo), por el Este limita con el distrito de Pichari (provincia de La Convención), por el Sur con el distrito de Llochegua; por el Suroeste limita con el distrito de Ayahuanco; y por el Oeste limita con el distrito de Pucacolpa.

Asimismo, el distrito pertenece a la zona del Valle de los Ríos Apurímac, Ene y Mantaro (VRAEM), el distrito tiene una población de 3,938 habitantes (Censo INEI 2017).

La PEA del distrito de Canayre está conformada de la siguiente manera, el **88.8%** corresponde a obreros informal urbano, trabajador independiente, trabajador familiar no remunerado, campesinos y comunidades indígenas trabajadoras del hogar. **El 0.5% se dedica a la actividad comercial (empresarios)** y el **10.7%** son empleados del sector privado, profesionales y técnicos independientes y empleado público.

Tabla 1
La PEA del distrito de Canayre

ESTRATOS ECONÓMICOS		PEA %	PEA
Estrato medio alto	Empleador y empresarios	0.50%	31
Sub total		0.50%	31
	Empleado privado	3.10%	193
Estrato medio	Profesionales y técnicos independientes	0.50%	31
	Empleado publico	7.10%	441
Subtotal		10.70%	665
	Obreros	4.10%	255
Estrato bajo	Informal urbano (trabajador independiente + trabajador familiar no remunerado y agrícola.	14.60%	908
	Campesinos y comunidades indígenas	69.60%	4 326
	Trabajadoras del hogar	0.50%	31
Subtotal		88.80%	5 520
Total		100%	6 216

Nota: Fuente (INEI, 2017)

Según el registro interno de la municipalidad distrital de Canayre, existen 36 Mypes empadronadas en diferentes sectores como, por ejemplo: negocios de salud y bienestar, ropa, calzado y accesorios, multiventas (tiendas que venden diferentes tipos de productos), servicios en general, restaurantes, construcción y agro, alimentos y bebidas, belleza y relajación.

3.3. Descripción general de los entrevistados (ficha de datos)

La muestra está conformada por 26 Mypes del sector comercio ubicado en el distrito de Canayre, como se observa en la tabla 6 el sector comercio predomina en el distrito con 81.25% quiere decir que 26 de 32 Mypes son del sector comercio y el 18.75% es decir 6 de 32 Mypes son del sector servicio; el 31.3%, de las empresas son las multiventas siendo el rubro con mayor participación en el mercado local; el 59.4% de los encuestados tienen el cargo de gerente general y el 40.6% son propietarios; la cantidad de empleados está distribuida de la siguiente manera: 81.3% tienen desde 1 a 3 empleados y 18.7% cuenta con 4 a más empleados.

Tabla 2

Descripción general del encuestado

Características		N	%
Sector de la empresa	Comercio	26	81.25
	Servicios	6	18.75
	Total	32	100
Rubro de la empresa	Salud y Bienestar	1	3.1
	Ropa, Calzado y Accesorios	3	9.4
	Multiventas	10	31.3
	Servicios en General	1	3.1
	Restaurantes y Diversión	3	9.4
	Construcción y Agro	7	21.9
	Alimentos y Bebidas	6	18.8
	Belleza y Relajación	1	3.1
Total	32	100	
Puesto que ocupa en la empresa	Gerente general	19	59.4
	Propietario(a)	13	40.6
	Total	32	100
Cantidad de empleados	1	8	25.0
	2	11	34.4
	3	7	21.9
	4	5	15.6
	5	1	3.1
	Total	32	100





Nota. Elaboración propia (2022)

3.4. Escala de medición de los resultados

Los resultados están divididos en cuartiles (*El cuartil es cada uno de los tres valores que pueden dividir un grupo de números, ordenados de menor a mayor, en cuatro partes iguales*) las escalas de medición se encuentran en promedios de muy bajo, bajo, alto y muy alto.

Tabla 3

Tabla de medición de resultados según escalas.

Muy alto	De 76 a 100%	
Alto	De 51 a 75%	
Bajo	De 26 a 50%	
Muy bajo	De 0 a 25%	

Nota: los resultados de 0 a 25% son consideradas muy bajo y es representado por el color rojo, de 26 a 50% son resultados bajos y está representado por el color anaranjado, de 51 a 75% son resultado con un valor alto y está representado por el color amarillo y finalmente de 76 al 100% son resultados muy alto y está representado por el color verde.

3.5. Análisis de las dimensiones

3.5.1. Resultados de la dimensión Cooperación

La dimensión de la cooperación está dividida en dos subdimensiones. Las Mypes desarrollan una cultura empresarial asociativa, dio como resultado que no existe una cultura empresarial asociativa favorable con un nivel bajo donde solo el 31% formo alianzas; en la segunda sub dimensión sobre la confianza entre las Mypes fue positiva dando un resultado en promedio alto del (61%).

3.5.1.1. Las Mypes desarrollan una cultura empresarial asociativa.

En la subdimensión las Mypes desarrollan una cultura empresarial asociativa, 8 de 26 Mypes (31%) pertenecieron a una agrupación empresarial; donde 3 de 26 Mypes (12%) formaron parte de cooperativas y/o grupos informales respectivamente; 4 de 26 Mypes (15%) se asociaron con la finalidad de acceder a nuevos mercados; 5 de 26 Mypes (19%) formaron agrupaciones con empresas horizontales (con empresas de su mismo segmento); 6 de 26 Mypes (23%) están completamente de acuerdo que la asociación fomenta la cooperación; 18 de 26 Mypes (69.2%) no formaron agrupaciones porque no recibieron ninguna invitación, por perdida de la confidencialidad y/o desconocen las ventajas de ello.

Tabla 4

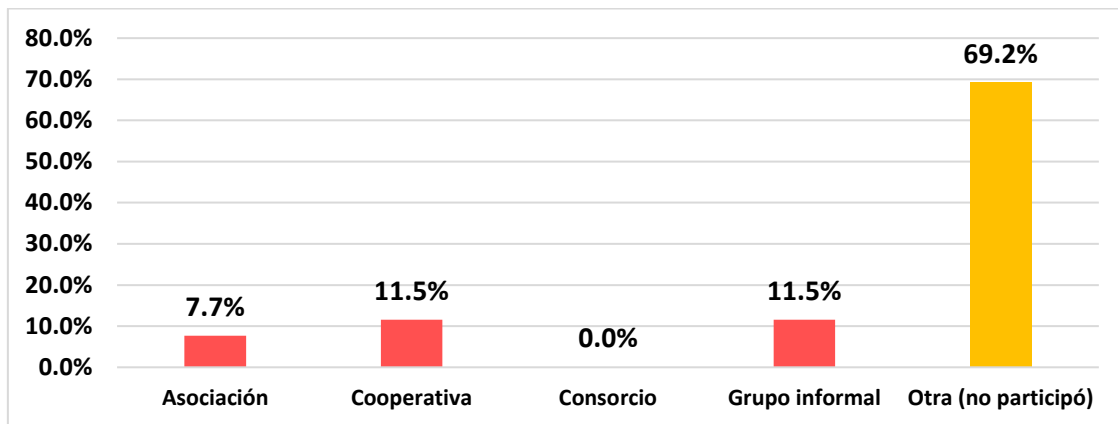
¿En los últimos años su empresa perteneció a alguna organización o agrupación entre Mypes con fines empresariales?

	N	%
SI	8	30.8
NO	18	69.2
	26	100.0

Nota: La tabla 7 nos muestra los siguientes resultados: 18 de 26 Mypes (69.2%) no perteneció a ninguna organización o agrupación; 8 de 26 Mypes (30.8%) si perteneció a alguna organización o agrupación.

Gráfico 3

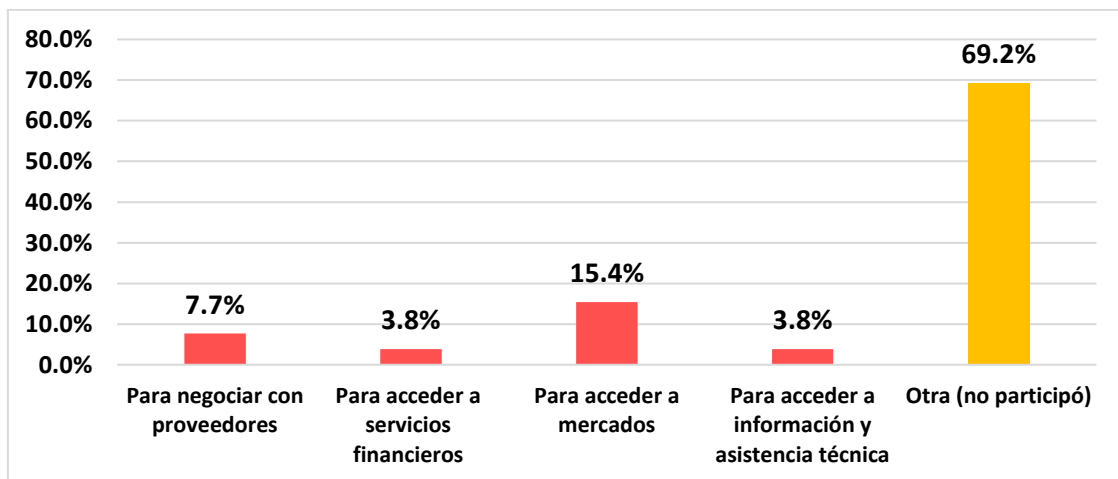
¿A qué tipo de organización o agrupación se incorporó?



Nota: Respecto a la pregunta *¿A qué tipo de organización o agrupación se incorporó?*; 18 de 26 Mypes (69.2%) no se incorporó a ninguna organización y/o agrupación; 3 de 26 Mypes (11.5%) si formaron parte de un grupo informal; 3 de 26 Mypes (11.5%) formaron parte de una cooperativa y 2 de 26 Mypes (7.7%) formaron parte de una asociación.

Gráfico 4

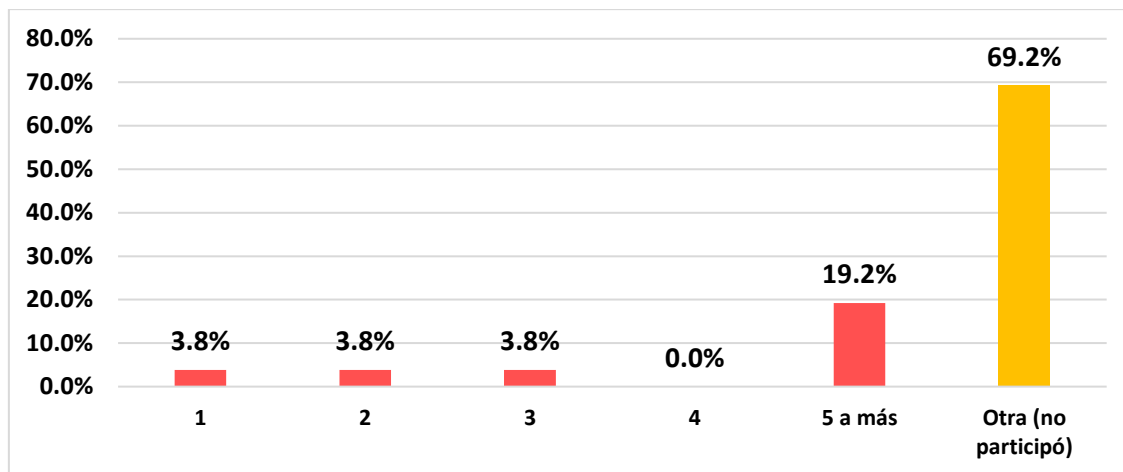
¿Cuáles fueron los motivos por los que se incorporó a una o más organizaciones o agrupaciones?



Nota: El grafico 6 dio como resultado que 18 de 26 Mypes (69.2%) no fue parte de ninguna organización y/o agrupación; 4 de 26 Mypes (15.4%) se agrupo para acceder a mercados; 2 de 26 Mypes (7.7%) se agrupo para negociar con proveedores; 1 de 26 Mypes (3.8%) se agrupo para acceder a servicios financieros; 1 de 26 Mypes (3.8%) para acceder a información de asistencia técnica.

Gráfico 5

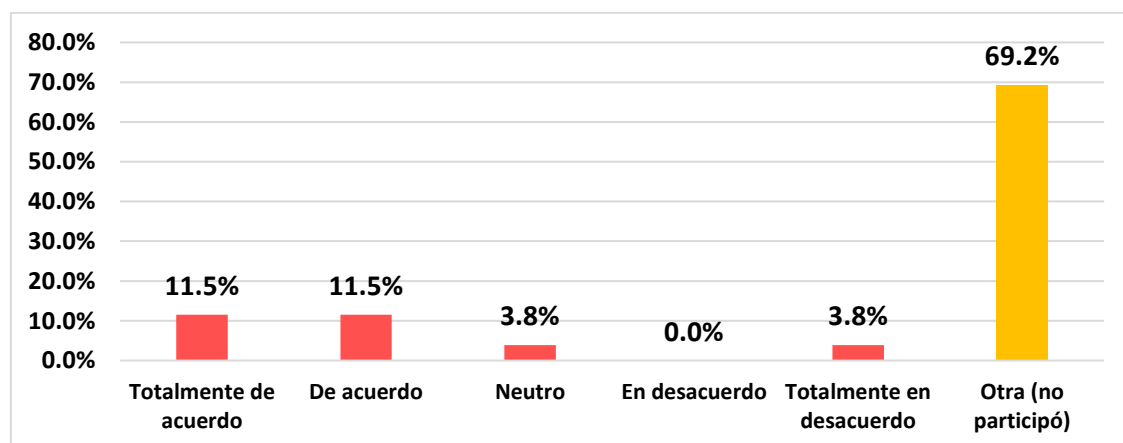
¿Número de empresas del mismo segmento (mismo negocio que el tuyo) con el que se relaciona?



Nota: En el gráfico 7 se muestra que: 18 de 26 Mypes (69.2%) no se relaciona directamente con ninguna otra empresa; 5 de 26 Mypes (19.2%) se relacionan con cinco a más empresas de su mismo segmento; 3 de 26 Mypes (11.4%) se relacionan con uno hasta tres empresas de su mismo segmento.

Gráfico 6

¿Está de acuerdo, en que la asociación a la que pertenece fomenta la cooperación?



Nota: Respecto a la pregunta *¿Está de acuerdo, en que la asociación a la que pertenece fomenta la cooperación?* 3 de 26 Mypes (12%) están totalmente de acuerdo y de acuerdo, respectivamente; 1 de 26 Mypes (3.8%) se encuentran en una posición neutra; la misma cantidad y porcentaje (3.8%) están en desacuerdo; 18 de 26 Mypes (69.2%) no fu parte de una agrupación empresarial.

¿De qué institución(es) recibió la información o consejería, para integrar la organización o agrupación?

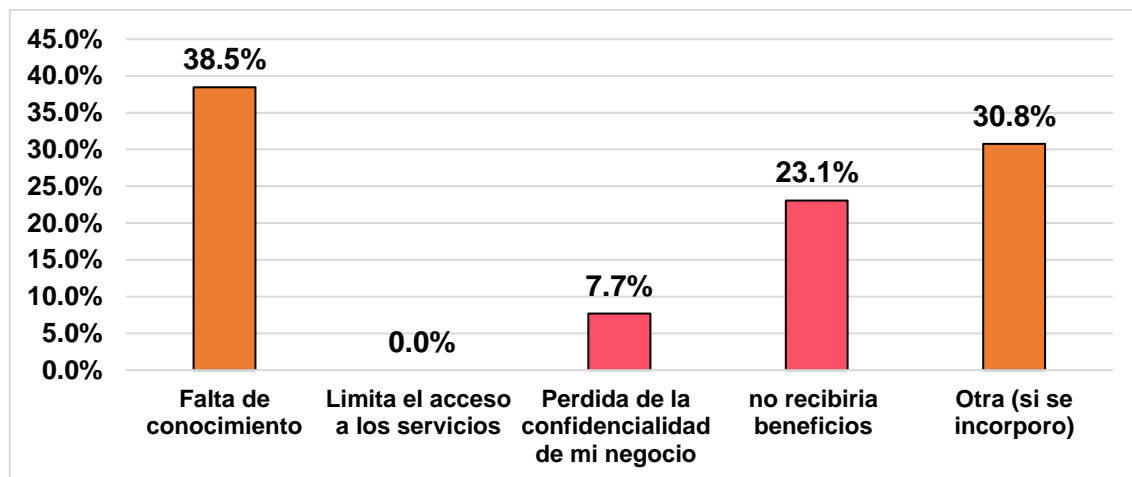
Respecto a la pregunta planteada: 8 de 26 Mypes (si formaron parte de ello), quiere decir que en su totalidad 100% respondieron que no recibieron información de ninguna institución u otros.

¿Está de acuerdo, que para cooperar con otros empresarios de su mismo sector es necesario hacer acuerdos formales?

Respecto a la pregunta planteada: 8 de 26, en su totalidad están de acuerdo que debe haber acuerdos formales (100%).

Gráfico 7

¿Por qué no se incorporó a una organización o agrupación?



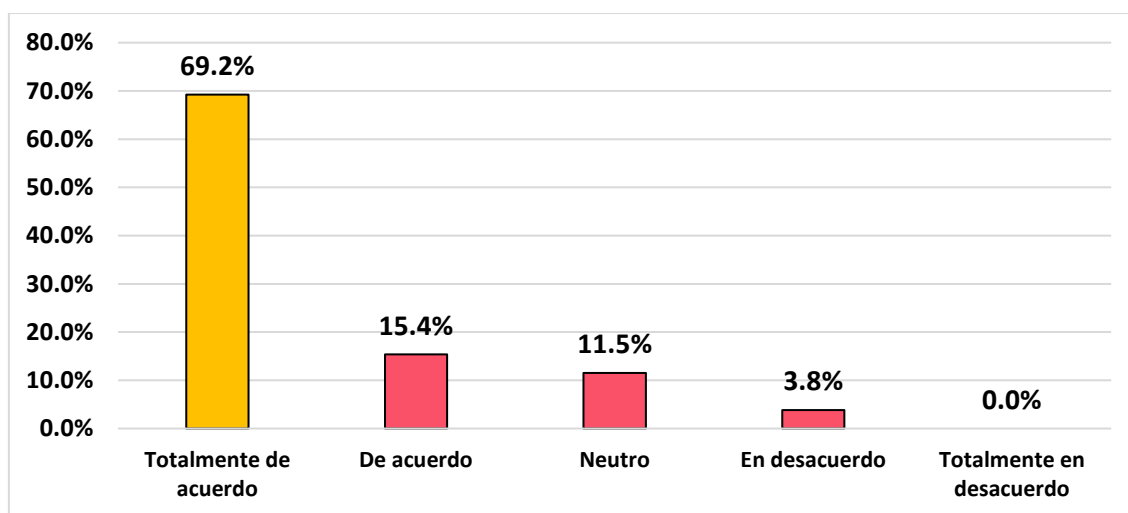
Nota: Respecto a la pregunta *¿Por qué no se incorporó a una organización o agrupación?*; 10 de 26 Mypes (38.5%) no formo parte de una organización o agrupación por falta de conocimiento e invitaciones; 8 de 10 Mypes (30.8%) si formo parte de una organización o agrupación; 6 de 26 Mypes (23.1%) no participó, porque cree que no recibiría beneficios; 2 de 26 Mypes (7.7%) respondieron que no formaron parte porque creen que se perdería la confidencialidad de su negocio.

3.5.1.2. Confianza entre las Mypes.

En la dimensión confianza entre las Mypes, 18 de 26 Mypes (69.2%) están dispuestos a formar parte de un clúster; 9 de 26 Mypes (35%) desconocen que compartir información de su negocio podría afectar su negocio (neutro); 16 de 26 Mypes (62%) está completamente de acuerdo y de acuerdo con la forma de trabajar de las demás empresas; 18 de 26 Mypes (69.4 %) está completamente de acuerdo y de acuerdo que los beneficios que se logran del clúster sería de manera equitativa para todos los integrantes; 16 de 26 Mypes (61%) opina que el apoyo que se brindan entre empresarios es reciproco.

Gráfico 8

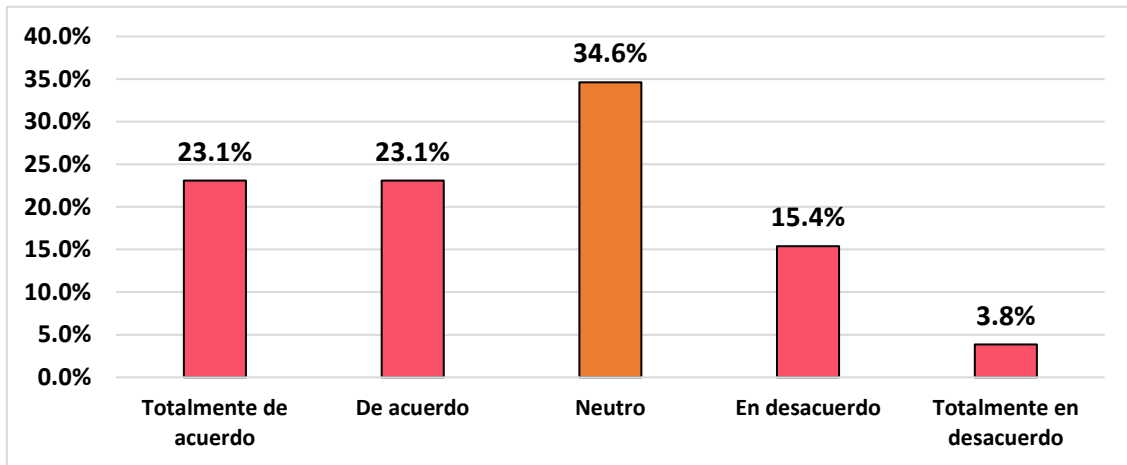
¿Considera que la responsabilidad de los integrantes del clúster (asociación) es importante para colaborar?



Nota: En el gráfico 10 se muestra que: 18 de 26 Mypes (69.2%) están totalmente de acuerdo; 4 de 26 Mypes (15.4%) están de acuerdo; 3 de 26 (11.5%) neutro; 1 de 26 Mypes (3.8%) están en desacuerdo.

Gráfico 9

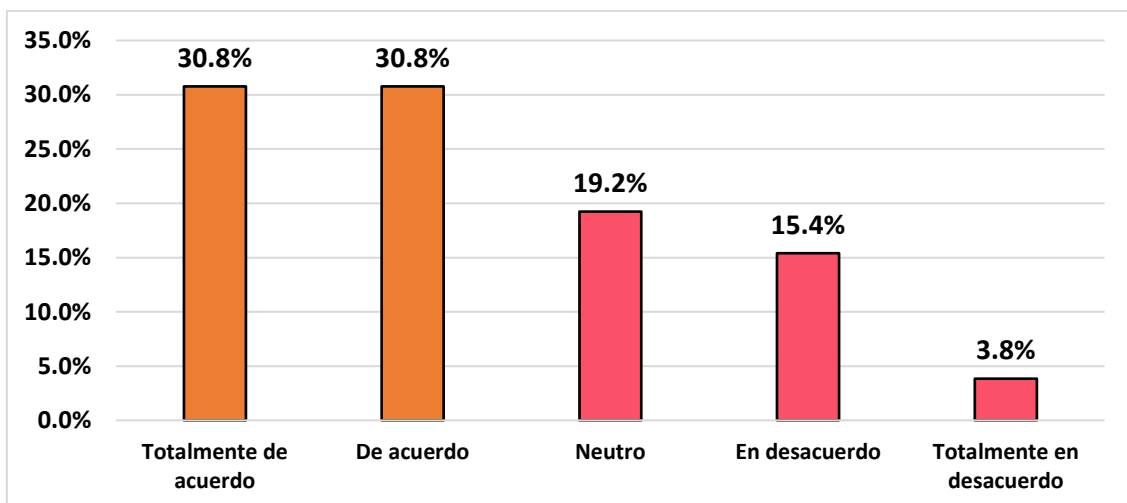
¿Considera que la información que comparte con otras Mypes puede ser usada en su contra?



Nota: En el grafico se muestra que: 9 de 26 Mypes (34.6%) respondieron en neutro (no saben o no opinan); 6 de 26 Mypes (23.1%) están totalmente de acuerdo y de acuerdo respectivamente; 4 de 26 Mypes (15.4%) no están de acuerdo y 1 Mype (3.8%) totalmente en desacuerdo.

Gráfico 10

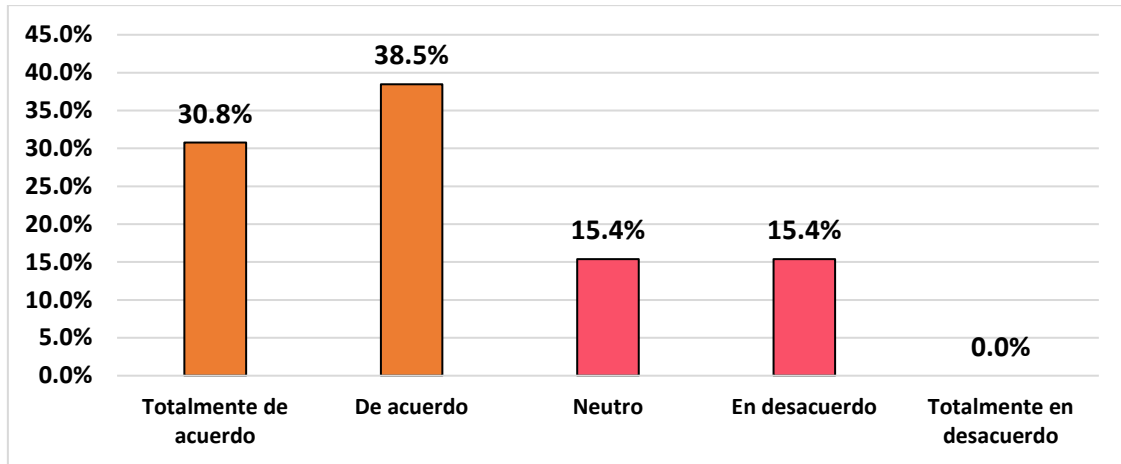
¿Está de acuerdo, con la forma de trabajar de los empresarios de los demás Mypes que se relaciona?



Nota: El grafico 11 dio como resultado que: 31% es decir 8 de 26 Mypes están totalmente de acuerdo y de acuerdo respectivamente; 5 de 26 Mypes (19%) respondieron neutro; 4 de 26 Mypes (15%) en desacuerdo; y 1 de 26 Mypes (4%) totalmente en desacuerdo.

Gráfico 11

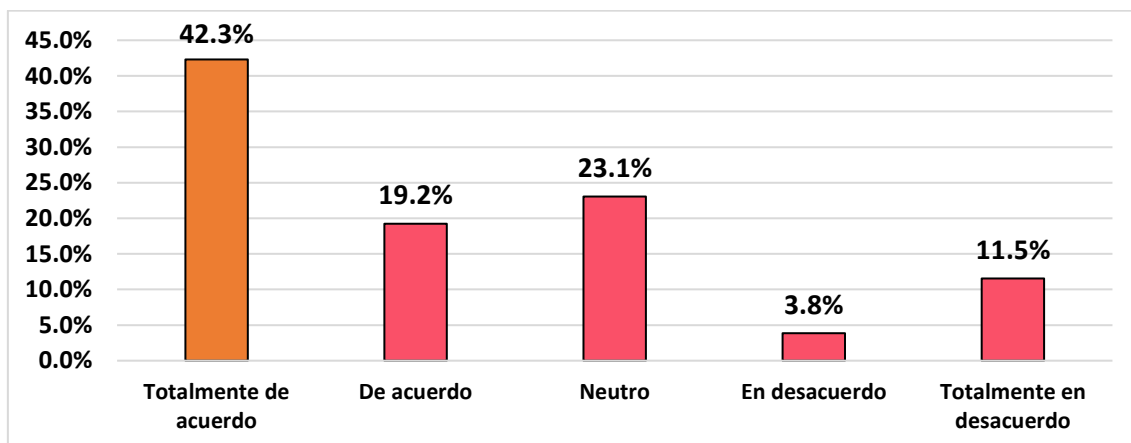
¿Está de acuerdo, en que de los beneficios obtenidos de un clúster (asociación) se benefician de manera equitativa todos los integrantes?



Nota: El gráfico 13 dio como resultado que: 10 de 26 Mypes (39%) están de acuerdo; 8 de 26 Mypes (31%) están totalmente de acuerdo que beneficiarían de forma equitativa; 4 de 26 Mypes (15%) respondieron en neutro y en desacuerdo respectivamente.

Gráfico 12

¿Está de acuerdo, en que el apoyo que brinda es recíproco por parte de otros empresarios de las Mypes?



Nota: El gráfico 14 dio como resultado que: 11 de 26 Mypes (42%) están totalmente de acuerdo; 6 de 26 Mypes (23%) respondieron en neutro; 5 de 26 Mypes (19%) están de acuerdo; 3 de 26 Mypes (12%) totalmente en desacuerdo; 1 de 26 Mypes (4%) está en desacuerdo que el apoyo que brindan no es recíproco.

3.5.2. Resultados de la dimensión conocimiento.

Con respecto a la dimensión conocimiento; la sub dimensión de si las Mypes adquieren conocimientos e implementan tecnologías innovadoras para mejorar procesos productivos 56.25% dando como resultado promedio alto, con respecto a la sub dimensión de si las Mypes innovan e implementan su conocimiento sobre tecnologías de información y comunicación (TIC) dieron un resultado de 61.75 % un promedio alto.

3.5.2.1. Las Mypes adquieren conocimientos e implementan tecnologías innovadoras para mejorar procesos productivos.

En la subdimensión de las Mypes adquieren conocimientos e implementan tecnologías innovadoras para mejorar procesos productivos; el 73% respondieron que se capacita para adquirir más conocimientos empresariales, donde el 73% tiene como finalidad mejorar la calidad de su empresa; el 73% tiene como finalidad darle mayor competitividad a su empresa; el 62% con el propósito de formalizar y contar con certificaciones; el 69% la finalidad es fidelizar a sus clientes (marketing). Así mismo, el 31% para capacitarse utiliza el internet para ingresar a cursos virtuales, tutoriales en YouTube y otras plataformas; el 54% no intercambia ninguna información con otras empresas de su mismo segmento y el 15% no se capacita.

Tabla 5

¿Usted se capacita, participa en proyectos, eventos y seminarios para adquirir más conocimientos empresariales?

	N	%
SI	19	73.1
NO	7	26.9
	26	100.0

Nota: Con respecto a si, se capacita, participa en proyectos, eventos y seminarios para adquirir más conocimientos empresariales; 19 de 26 Mypes (73.1%) se capacita, participa en proyectos, eventos y seminarios; 7 de 26 Mypes (26.9%) no participa.

Tabla 6

¿Los conocimientos que busca se enfocan en mejorar la calidad de su empresa?

	N	%
SI	19	73.1
NO	7	26.9
	26	100.0

Nota: Respecto a la pregunta, 19 de 26 Mypes (73.1%) buscan conocimientos que se enfocan en mejorar la calidad de su empresa y 7 de 26 Mypes (26.9%) no lo hace. Elaboración propia (2022)

Tabla 7

¿Los conocimientos que busca se enfocan en mejorar la competitividad de su empresa?

	N	%
SI	19	73.1
NO	7	26.9
	26	100.0

Nota: Respecto a la pregunta planteada, 19 de 26 Mypes (73.1%) buscan conocimientos que ayude a mejorar la competitividad de su empresa y 7 de 26 Mypes (26.9%) no lo hace.

Tabla 8

¿Los conocimientos que busca se enfocan en la certificación? (Nivel de calidad, medioambiental, la formalidad, etc.).

	N	%
SI	16	61.5
NO	10	38.5
	26	100.0

Nota: En la tabla 11 se muestra que: 16 de 26 Mypes (61.5%) buscan adquirir conocimientos enfocados en la certificación de índole no especificado y 10 de 26 Mypes (38.5%) no lo hace.

Tabla 9

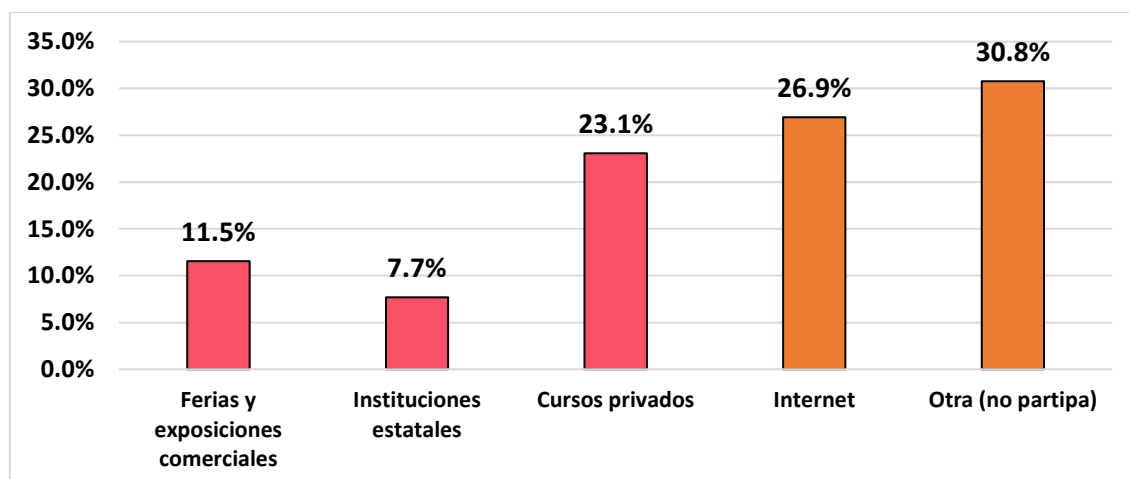
¿Los conocimientos que busca se enfocan a la fidelidad del cliente?

	N	%
SI	18	69.2
NO	8	30.8
	26	100.0

Nota: Con respecto a la pregunta ¿Los conocimientos que busca se enfocan a la fidelidad del cliente? 18 de 26 Mypes (69.2%) respondieron que sí y 8 de 26 Mypes (30.8%) respondieron que no.

Gráfico 13

¿Dónde recibe o adquiere el conocimiento para mejorar el desempeño de su empresa?



Nota: Según a la pregunta planteada ¿dónde recibe o adquiere el conocimiento para mejorar el desempeño de su empresa? 8 de 26 Mypes (30.8%) no lo hace; 7 de 26 Mypes (26.9%) en el internet; 6 de 26 Mypes (23.1%) paga cursos privados; 3 de 26 Mypes (11.5%) en ferias y exposiciones comerciales y 2 de 26 Mypes (7.7%) en instituciones estatales.

Tabla 10

¿Tiene algún mecanismo o instrumento para recoger información de sus clientes?

	N	%
SI	14	53.8
NO	12	46.2
	26	100.0

Nota: Respecto a la pregunta ¿tiene algún mecanismo o instrumento para recoger información de sus clientes? 14 de 26 Mypes (53.8%) si tienen un mecanismo de recojo de información; 12 de 26 Mypes (46.2%) no cuenta con mecanismos de recojo de información.

Tabla 11

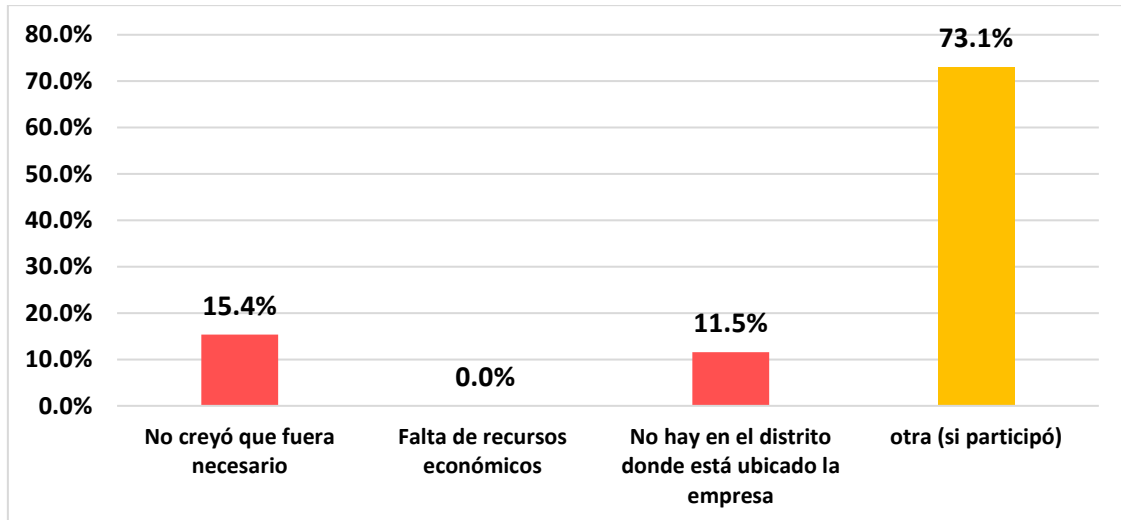
¿Usted comparte y recibe información de empresas de su mismo sector comercial?

	N	%
SI	12	46.2
NO	14	53.8
	26	100.0

Nota: Respecto a la pregunta ¿Usted comparte y recibe información de empresas de su mismo sector comercial?; **14** de 26 Mypes (53.8%) no comparte información; 12 de 26 Mypes (46.2%) si comparte información con empresas de su mismo sector comercial.

Gráfico 14

¿Por qué no participó en proyectos, eventos, seminarios y cursos de formación para adquirir más conocimientos empresariales?



Nota: Respecto a la pregunta ¿Por qué no participa en proyectos, eventos, seminarios y cursos de formación para adquirir más conocimientos empresariales? 19 de 26 Mypes (73.1%) si participa; 4 de 26 Mypes (15.4%) no creyó necesario; 3 de 26 Mypes (11.5) en el distrito donde está ubicado la empresa, no existen los medios.

3.5.2.2. Las Mypes innovan e implementan su conocimiento sobre tecnologías de información y comunicación (TIC).

Resultado:

En la sub dimensión de si las Mypes innovan e implementan su conocimiento sobre tecnologías de información y comunicación (TIC); 14 de 26 es decir el 54% utilizan equipos de cómputo con programas informáticos que ayudan a administrar su negocio; 19 de 26 Mypes (73%) consideran que es importante utilizar las redes sociales para promover su empresa; 15 de 26 Mypes (58%) compro algún equipo o maquinaria para mejorar la productividad de su empresa; 16 de 26 Mypes (62%) designa recursos económicos para comprar algún equipo o maquinaria que ayude a mejorar la productividad.

Tabla 12

¿Utiliza algún equipo de cómputo con programa informático especializado en su empresa?

	N	%
SI	14	53.8
NO	12	46.2
	26	100.0

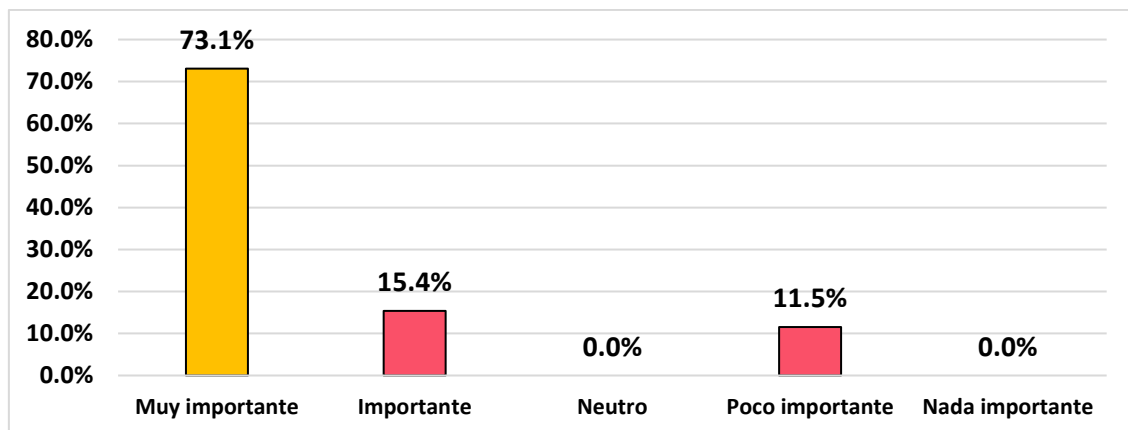
Nota: Respecto a si, utiliza algún equipo de cómputo con programa informático especializado en su empresa, 14 de 26 Mypes (53.8%) si utilizan; 12 de 26 Mypes (46.2%) no las utilizan.

¿Capacita a su personal en los programas informáticos que utiliza su empresa?

De todas las Mypes que cuentan con equipos de cómputo; el 50% si capacita a su personal y el otro 50% no capacita.

Gráfico 15

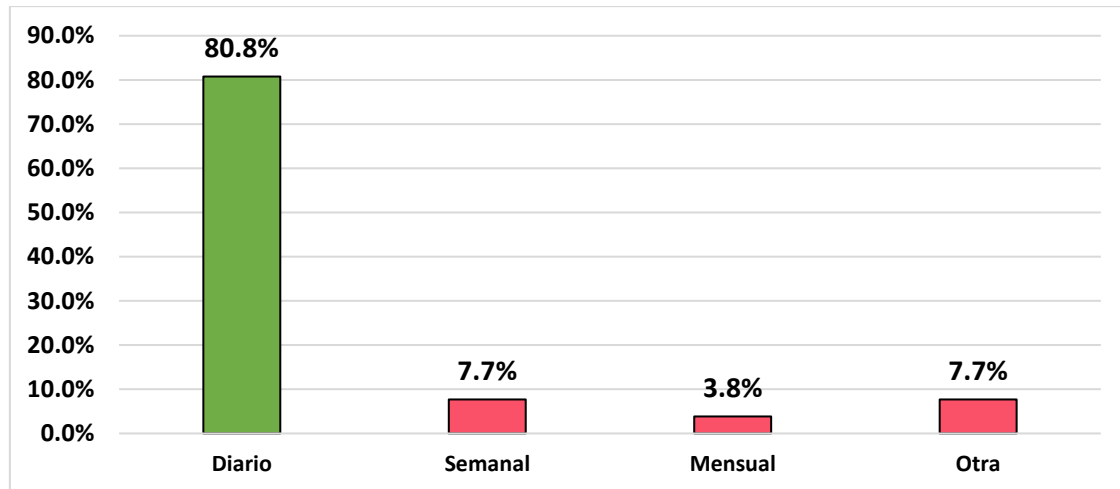
¿Considera importante utilizar las redes sociales para promover la empresa?



Nota: Respecto a las Mypes que consideran importante utilizar las redes sociales para promover la empresa, 19 de 26 Mypes (73.1%) consideran muy importante; 4 de 26 Mypes (15.4%) consideran importante y 3 de 26 Mypes (11.5%) consideran poco importante.

Gráfico 16

¿Frecuencia de uso de las redes sociales para promover la empresa?



Nota: Respecto a la pregunta ¿frecuencia de uso de las redes sociales para promover la empresa? 21 de 26 Mypes (80.8%) lo utilizan a diario; 2 de 26 Mypes (7.7%) lo hacen semanalmente y otras respectivamente; mientras que 1 de 26 Mypes (3.8%) lo hacen mensualmente.

¿En los últimos años ha adquirido equipos o maquinarias para su empresa?

El 58% es decir 15 de 26 Mypes adquirió algún equipo o maquinaria y 11 de 26 Mypes (42%) no adquirió ningún equipo o maquinaria.

¿La empresa designa recursos económicos con la finalidad de mejorar los procesos de innovación tecnológico de su empresa?

El 62% lo que corresponde a 16 de 26 Mypes ahorra dinero con la finalidad de mejorar los procesos de innovación tecnológica; 10 de 26 Mypes (38%) no designa recursos económicos.

3.5.3. Resultados de la dimensión competitividad

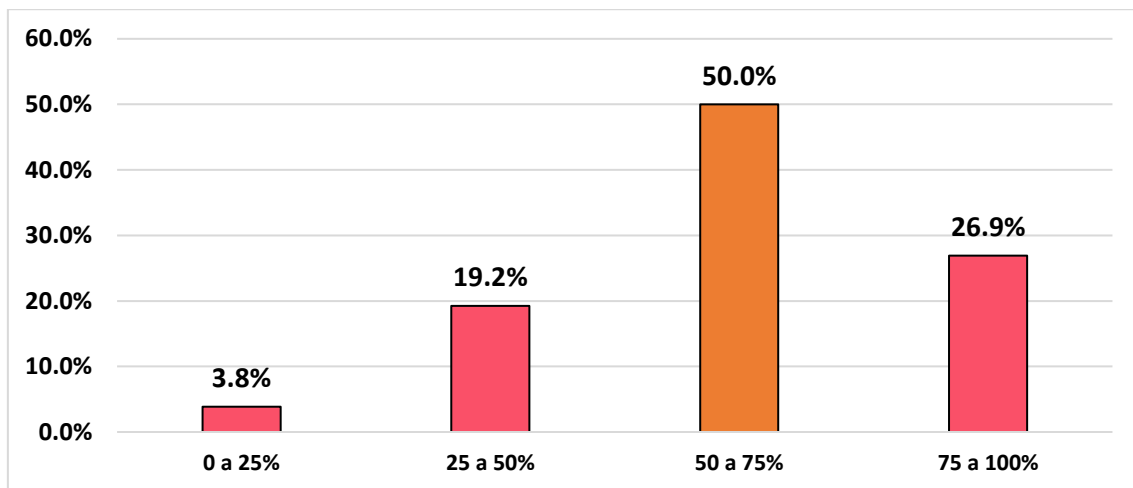
En la subdimensión Incremento de la productividad de las Mypes, en promedio el 40% ha incrementado la productividad de la empresa y en la subdimensión Competencia de los Mypes el 65% lo que corresponde a 17 de 26 Mypes formo alianzas.

3.5.3.1. Incremento de la productividad de las Mypes.

En cuanto a la subdimensión incremento de la productividad, el 50% de las Mypes señalaron que entre el 50% y el 75% regresan a su establecimiento, respecto a la recomendación del negocio, el 34.6% mencionó que entre el 25% y el 50% de las personas recomiendan su empresa, en términos de mejora de la rentabilidad en comparación con el año anterior, el 34.6% de las Mypes experimentaron un aumento del 50% al 75% y la ganancia en términos monetarios fue en promedio de S/ 20 915.00.

Gráfico 17

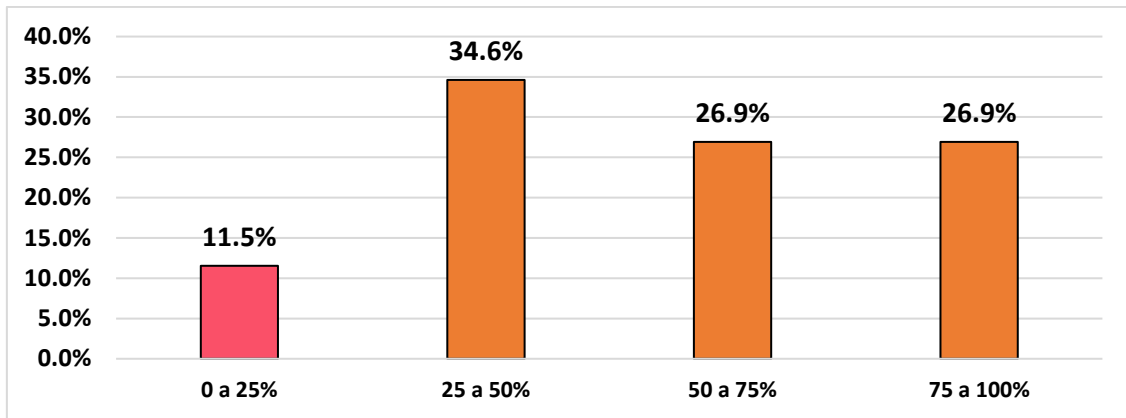
¿Rango de porcentajes de personas que regresan a su establecimiento?



Nota: Respecto a la pregunta *¿Rango de porcentajes de personas que regresan a su establecimiento?* 13 de 26 Mypes (50%) respondieron que de 50 a 75% regresan a su establecimiento; 7 de 26 Mypes (26.9%) dijeron que de 75 a 100% regresan a su establecimiento; 5 de 26 Mypes (19.2%) dijeron que de 25 a 50% regresan a su establecimiento; y 1 de 26 Mypes (3.8%) dijo que 0 a 25% regresan a su establecimiento.

Gráfico 18

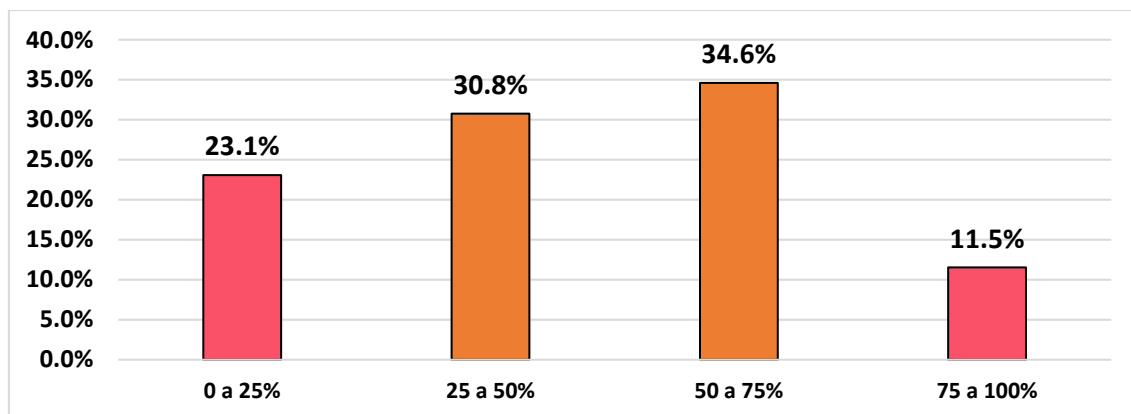
¿Rango de porcentajes de personas que recomiendan su empresa (negocio)?



Nota: según a la pregunta *¿Rango de porcentajes de personas que recomiendan su empresa (negocio)?*; 9 de 26 Mypes (34.6) respondieron que de 25 a 50% recomiendan su negocio; 7 de 26 Mypes (26.9%) respondieron que de 50 a 100% recomiendan su negocio respectivamente; 3 de 26 Mypes (11.5%) respondieron que de 0 a 25% recomiendan su negocio.

Gráfico 19

¿Rango de porcentajes que ha mejorado la rentabilidad con el año anterior de la empresa (negocio)?



Nota: Respecto a la pregunta *¿Rango de porcentajes que ha mejorado la rentabilidad con el año anterior de la empresa (negocio)?* 9 de 26 Mypes (34.6%) han mejorado entre 50 a 75%; 8 de 26 Mypes (30.8%) han mejorado entre 25 a 50%; 6 de 26 Mypes (23.1%) han mejorado entre 0 a 25%; 3 de 26 Mypes (11.5%) han mejorado entre 75 a 100% la rentabilidad.

¿Cuál es el rango de utilidad (ganancia neta) anual de la empresa?

El promedio de rango de ganancia líquida anual de las Mypes del distrito de Canayre es de: S/ 20 915.00

3.5.3.2. Competencia de las Mypes.

Con respecto a la subdimensión competencia de las Mypes, 17 de 26 Mypes (65%) si formaron alianzas (tratos informales); 11 de 26 Mypes (42%) de las alianzas lo hicieron con 5 a más empresas de diferentes sectores; 17 de 26 Mypes (65%) de las alianzas fueron con el objetivo de reducir costos; 17 de 26 Mypes (65%) fueron para tener variedad de productos que ofertar; 14 de 26 Mypes (54%) de las alianzas no se hicieron con los mismos empresarios. Así mismo 9 de 26 Mypes (35%) no formo alianzas.

Tabla 13

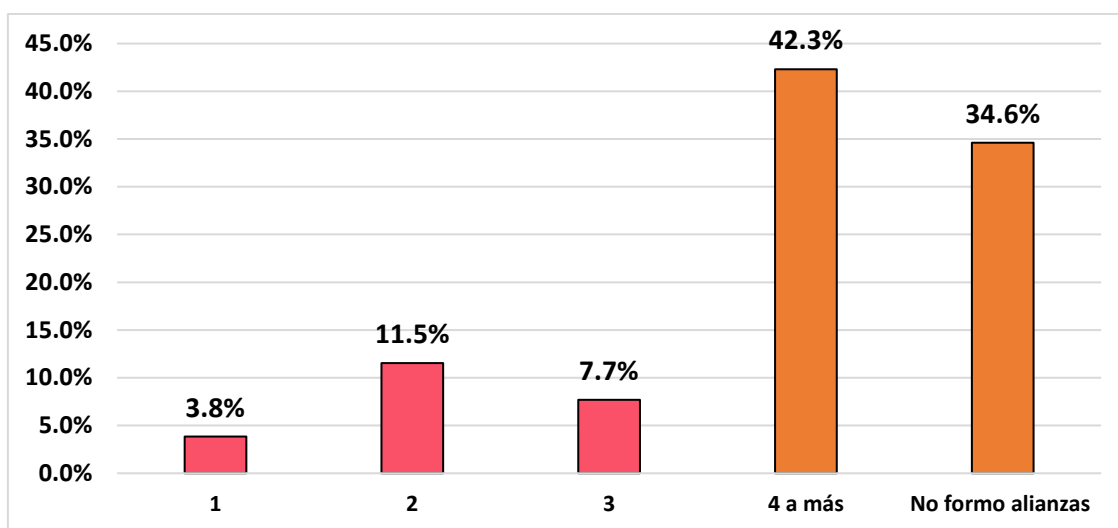
¿En los últimos años formó alianzas con proveedores, clientes, empresas de servicios para tener mayor desarrollo empresarial?

	N	%
SI	17	65.4
NO	09	34.6
	26	100.0

Nota: En la pregunta *¿En los últimos años formó alianzas con proveedores, clientes, empresas de servicios para tener mayor desarrollo empresarial?*; 17 de 26 Mypes (65%) si formaron alianzas y 9 de 26 Mypes (35%) no formo ningún tipo de alianzas.

Gráfico 20

¿Cuántas alianzas formo en los dos últimos años?



Nota: Respecto a la pregunta *¿Cuántas alianzas formo en los dos últimos años?*; 11 de 26 Mypes (42.3%) formo de cuatro a más alianzas; 9 de 26 Mypes (34.6%) no formo alianzas; 3 de 26 Mypes (11.5%) formo dos alianzas; 2 de 26 Mypes (7.7%) formo tres alianzas y 1 de 26 Mypes (3.8%) formo una alianza.

Tabla 14

¿El objetivo de la alianza fue reducir costos?

	N	%
SI	17	65.4
NO	09	34.6
	26	100.0

Nota: Respecto a la pregunta *¿El objetivo de la alianza fue reducir costos?* 17 de 26 Mypes (65.4%) respondieron que SÍ; 9 de 26 Mypes (35%) respondieron que NO.

Tabla 15

¿El objetivo de la alianza fue ofrecer un producto diferenciado a lo habitual?

	N	%
SI	16	61.5
NO	10	38.5
	26	100.0

Nota: Respecto a la pregunta ¿El objetivo de la alianza fue ofrecer un producto diferenciado a lo habitual? 16 de 26 Mypes (61.5%) respondieron que SÍ y 10 de 26 Mypes (38.5%) respondieron que NO.

Tabla 16

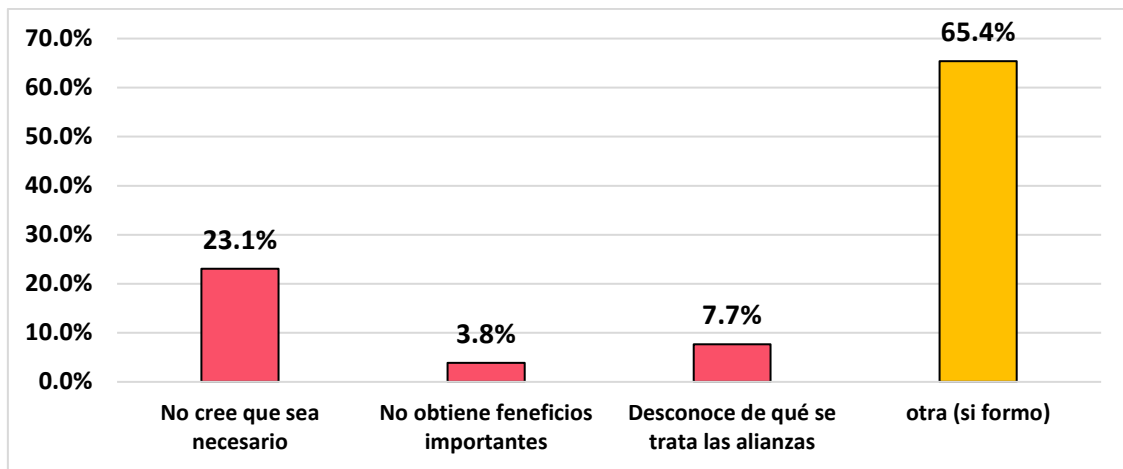
¿Las alianzas las establece con los mismos empresarios?

	N	%
SI	14	53.8
NO	12	46.2
	26	100.0

Nota: Respecto a la pregunta ¿Las alianzas las establece con los mismos empresarios? 14 de 26 Mypes (53.8%) respondieron que SÍ, y 12 de 26 Mypes (46.2%) respondieron que NO.

Gráfico 21

¿Por qué, no formo alianzas?



Nota: La grafica 25 muestra que 17 de 26 Mypes (65.4%) si formo alianzas; 6 de 26 Mypes (23.1%) no creyó que fuera necesario; 2 de 26 Mypes (7.7%) desconoce de qué se trata las alianzas; 1 de 26 Mypes (3.8%) no obtiene ningún beneficio.

3.5.4. Resultado de la dimensión financiera.

La condición financiera se encuentra de la siguiente manera; la subdimensión si las Mypes incrementan su acceso a información del sistema dieron un resultado de 63.5% un promedio alto y la subdimensión si las Mypes acceden a los servicios financieros dieron un resultado de 58% un promedio alto.

3.5.4.1. Las Mypes incrementan su acceso a información del sistema financiero.

Respecto a la subdimensión de las Mypes incrementan su acceso a información del sistema financiero; 21 de 26 Mypes (81%) si tuvieron interacción con las entidades financieras para pedir información sobre algún financiamiento; 19 de 26 Mypes (73%) analizan las tasas de intereses para poder aceptar el préstamo, la institución financiera con mayor participación son las cajas municipales con el 42% el cual corresponde a 11 de 26 Mypes; a 15 de 26 Mypes (57.7%) les ofrecieron créditos para capital de trabajo.

Tabla 17

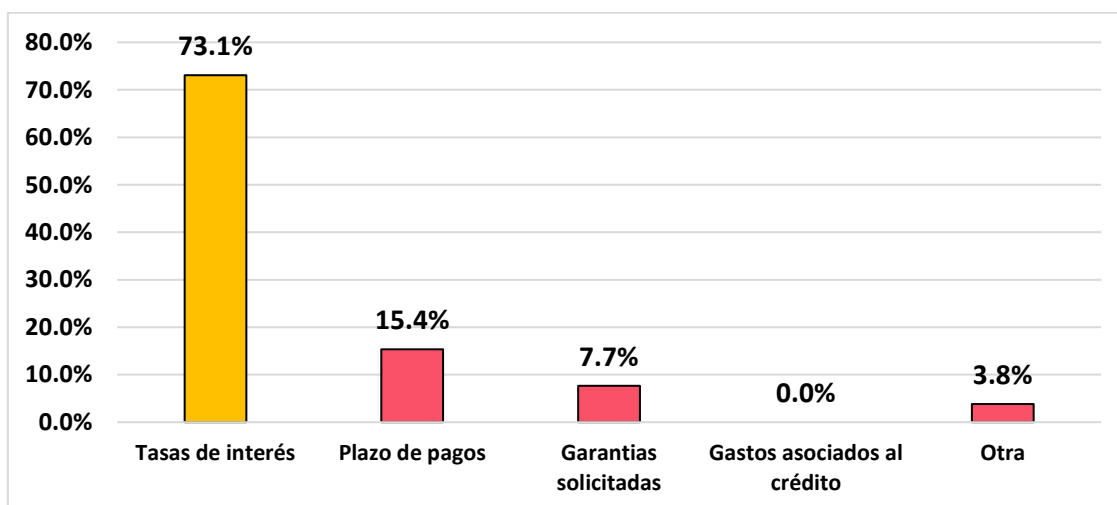
¿Participó usted en algún evento de capacitación o tuvo acceso a información relacionada con la oferta de servicios de micro finanzas?

	N	%
SI	21	80.8
NO	5	19.2
	26	100.0

Nota: La tabla muestra que 21 de 26 Mypes (81%) respondieron que, si participaron en algún evento o busco información financiera y 5 de 26 Mypes (19%) no participó.

Gráfico 22

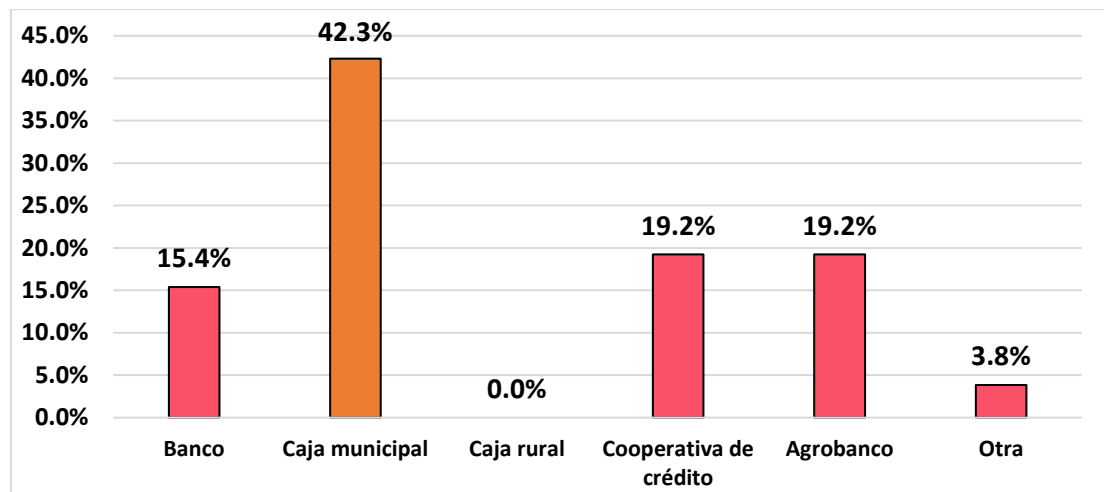
¿Cuáles son los criterios más importantes para influenciar en la decisión de tomar un préstamo financiero?



Nota: Respecto a la pregunta ¿Cuáles son los criterios más importantes para influenciar en la decisión de tomar un préstamo financiero? Para 19 de 26 Mypes (73.1%) son las tasas de intereses; para 4 de 26 Mypes (15.4%) son los plazos de pagos; para 2 de 26 Mypes (7.7%) son las garantías solicitadas y para 1 de 26 Mypes (3.8%) es otro.

Gráfico 23

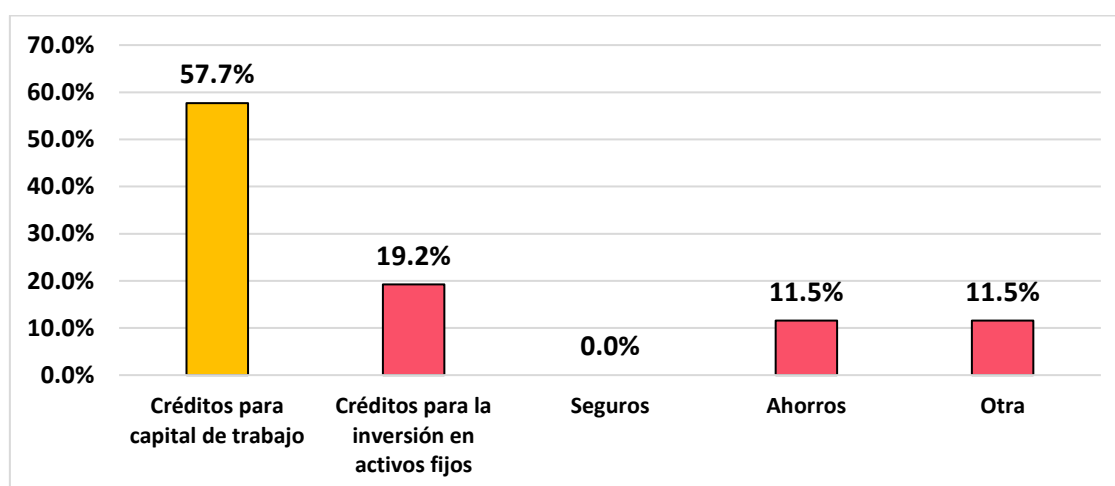
¿En su localidad, que tipo de institución presta servicios de financiamiento a las Mypes?



Nota: Respecto a la pregunta ¿En su localidad, que tipo de institución presta servicios de financiamiento a las Mypes? 11 de 26 Mypes (42.3%) caja municipal; 5 de 26 Mypes (19.2%) cooperativa de crédito y agrobanco respectivamente; 4 de 26 Mypes (15.4%) banco y 1 de 26 Mypes (3.8) otra.

Gráfico 24

¿En su localidad, que productos conoce usted que ofertan las instituciones financieras para las Mypes?



Nota: Respecto a la pregunta; 15 de 26 Mypes (57.7%) les ofrecieron créditos para capital de trabajo; a 5 de 26 Mypes (19.2%) les ofrecieron créditos para la inversión en activos fijos; a 3 de 26 Mypes (11.5%) les ofrecieron para ahorros y otras respectivamente.

3.5.4.2. Las Mypes acceden a los servicios financieros.

En la subdimensión Las Mypes acceden a los servicios financieros; 15 de 16 Mypes (58%) si accedió a un financiamiento; 11 de 26 Mypes (42.3%) no accedieron a un financiamiento de los cuales, 7 de 26 Mypes (27%) no lo solicito; 9 de 26 Mypes (35%) tuvieron dificultades al presentar garantías; 4 de 26 Mypes (15%) no accedieron al no poder demostrar ingresos económicos; 8 de 26 Mypes (31%) están conformes con el financiamiento y 12 de 26 (46%) utilizaron el financiamiento para capital de trabajo.

Tabla 18

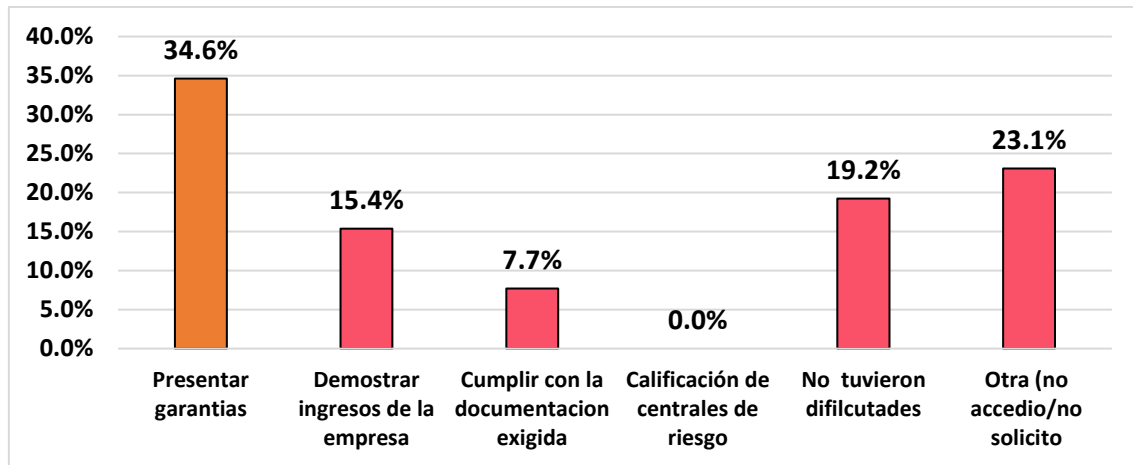
¿Durante el año 2022, su empresa accedió a algún tipo de financiamiento?

	N	%
Si accedí	15	57.7
No accedí	4	15.4
No lo solicite	7	26.9
Otra	0	0.0
	26	100

Nota: En respuesta a la pregunta *¿Durante el año 2022, su empresa accedió a algún tipo de financiamiento?*; 15 de 26 Mypes (57.7%) si accedieron a un financiamiento; 7 de 26 Mypes (26.9%) no accedió a un financiamiento; 4 de 26 Mypes (15.4%) no solicito ningún financiamiento.

Gráfico 25

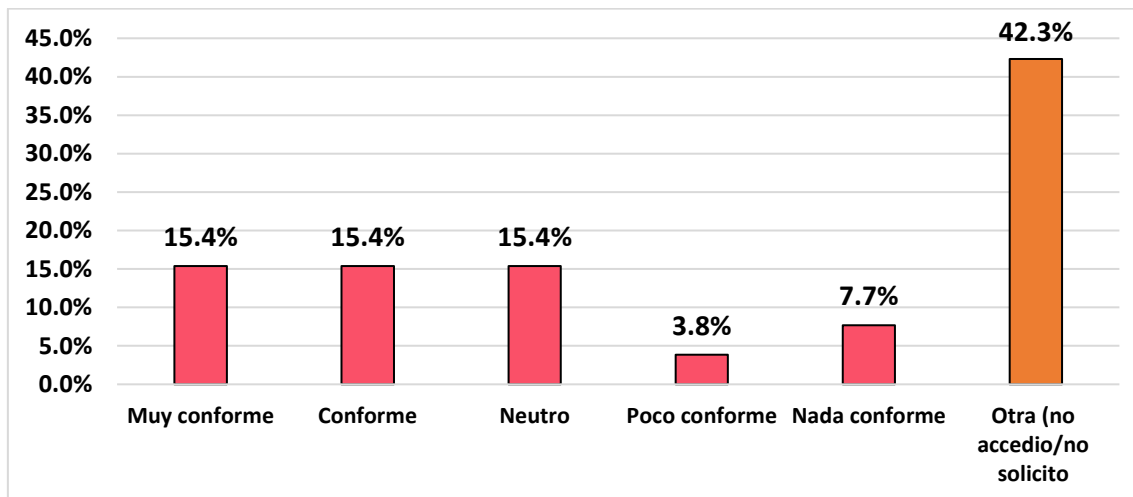
¿Cuáles fueron las dificultades que tuvo para no acceder al financiamiento solicitado?



Nota: En el grafico 29 se muestra que: 9 de 26 Mypes (34.6%) no pudieron presentar garantías; 6 de 26 Mypes (23.1%) no lo solicitó; 5 de 26 Mypes (19.2%) no tuvieron dificultades; 4 de 26 Mypes (15.4%) no pudieron demostrar los ingresos de la empresa; 2 de 26 Mypes (7.7%) no cumplió con la documentación exigida.

Gráfico 26

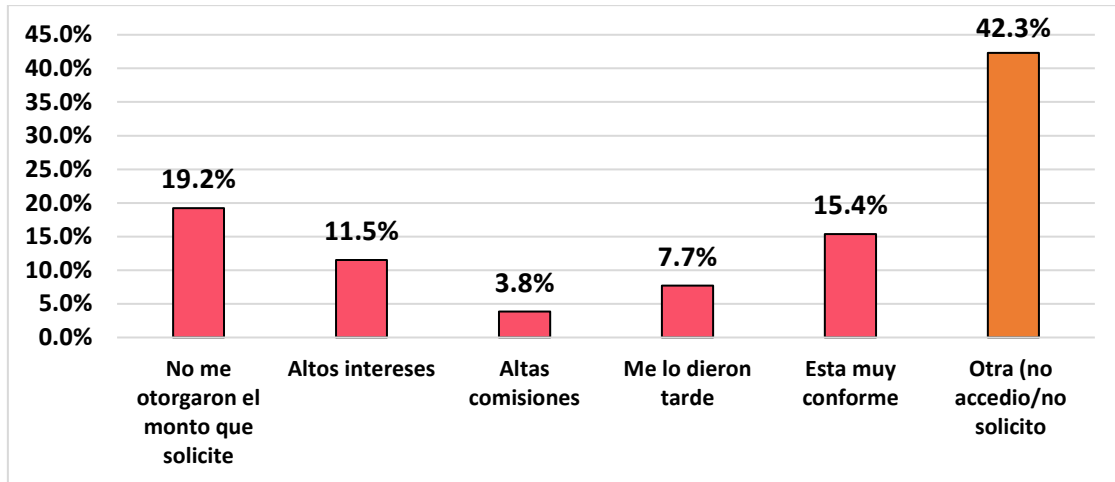
¿Estas conforme con el financiamiento recibido?



Nota: Respecto a la pregunta ¿Estas conforme con el financiamiento recibido? 11 de 26 Mypes (42.3%) no accedió / no solicitó; 4 de 26 Mypes (15.4%) está muy conforme, conforme y neutro respectivamente; 2 de 26 Mypes (7.7%) no está nada conforme y 1 de 26 Mypes (3.8%) está poco conforme.

Gráfico 27

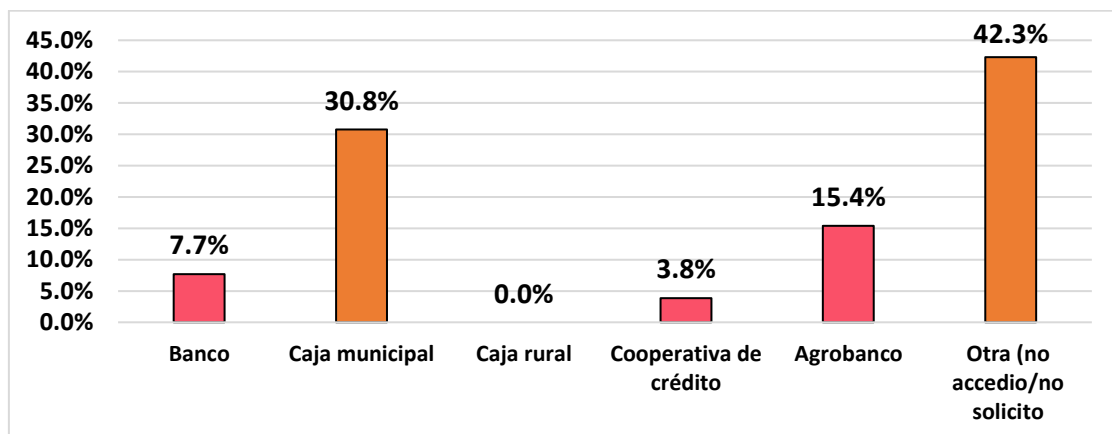
¿Porque no está conforme con el financiamiento recibido?



Nota: Respecto a la pregunta *¿Porque no está conforme con el financiamiento recibido?*; 11 de 26 Mypes (42.3%) no accedió / no solicitó; a 5 de 26 Mypes (19.2%) no le otorgaron el monto que solicitó; 4 de 26 Mypes (15.4%) están conforme; a 3 de 26 Mypes (11.5%) le cobraron altos intereses; a 2 de 26 Mypes (7.7%) le dieron después de la fecha el crédito; a 1 de 26 Mypes (3.8%) le cobraron altas comisiones.

Gráfico 28

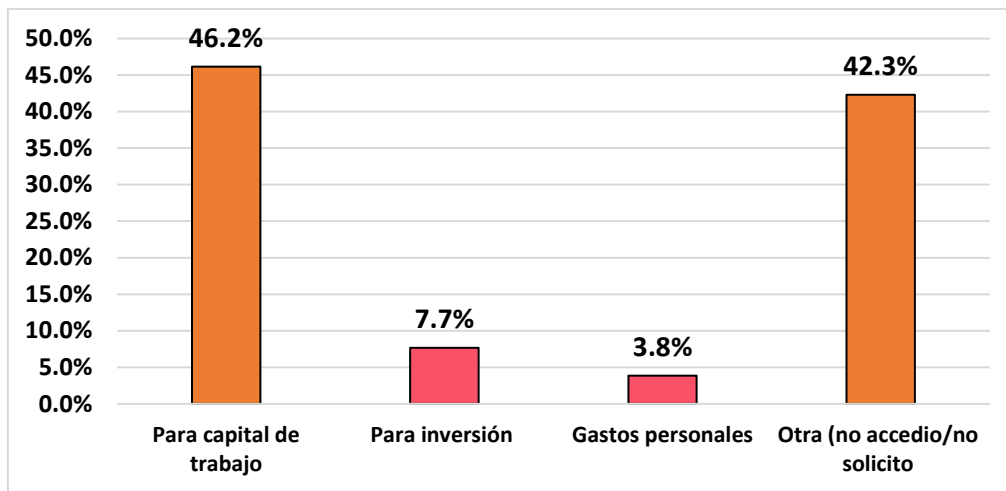
¿En qué tipo de institución obtuvo el financiamiento?



Nota: Respecto a la pregunta *¿En qué tipo de institución obtuvo el financiamiento?* 11 de 26 Mypes (42.3%) no lo solicitó / no accedió; 8 de 26 Mypes (30.8%) lo obtuvo en una Caja municipal; 4 de 26 Mypes (15.4%) en Agrobanco; 2 de 26 Mypes (7.7%) en un Banco; 1 de 26 Mypes (3.8%) lo obtuvo en una cooperativa de ahorro y crédito.

Gráfico 29

¿Cuál fue el destino o uso que le dio al financiamiento recibido?



Nota: Respecto a la pregunta ¿Cuál fue el destino o uso que le dio al financiamiento recibido? 11 de 26 Mypes (42.3%) no accedió / no solicitó; 12 de 26 Mypes (46.2%) destinó el financiamiento para capital de trabajo; 2 de 26 Mypes (7.7%) para inversión; 1 de 26 Mypes (3.8%) para gastos personales.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

En el presente capítulo se describen los acontecimientos más importantes que fueron recogidas mediante encuestas con el objetivo de describir las condiciones de la creación de clúster de Mypes, donde se consideraron cuatro dimensiones más importantes de la creación de un clúster: la cooperación, el conocimiento, la competitividad y financiero.

Como discusión general sobre las condiciones de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta – Ayacucho, en el 2022 son los siguientes:

En la dimensión Cooperación: La cultura empresarial asociativa de las Mypes es baja, con un promedio del 42.3% el cual indica que estas empresas tienden a operar de manera independiente o tienen dificultades para colaborar entre ellas. Por otro lado, la confianza entre las Mypes es alta, con un promedio del 61.5% el cual indica que, a pesar de la baja cultura empresarial asociativa, existe una base de confianza mutua entre estas empresas.

En la dimensión Conocimiento: Las Mypes demuestran un alto nivel de adopción e implementación de tecnologías innovadoras para mejorar sus procesos productivos, con un promedio del 56.3% el cual sugiere un enfoque en la mejora de la eficiencia y la productividad a través de la tecnología. Además, las Mypes muestran un alto nivel de innovación y aplicación de conocimientos en tecnologías de información y comunicación (TIC), con un promedio del 61.8% el cual indica una disposición a mantenerse al día con las últimas tendencias tecnológicas.

En la dimensión Competitividad: El incremento de la productividad de las Mypes es bajo, con un promedio del 40% el cual señala un desafío importante en términos de mejorar la eficiencia de sus operaciones. Por otro lado, la competencia de las Mypes es alta, con un promedio del 65% el cual indica que pesar de la baja productividad, estas empresas parecen estar compitiendo eficazmente en el mercado mediante alianzas.

En la dimensión Financiero: Las Mypes tienen un alto acceso a información del sistema financiero, con un promedio del 63.5% el cual indica que tienen acceso a recursos financieros y conocen las opciones disponibles en el sistema financiero. Además, las Mypes tienen un nivel alto de acceso a servicios financieros, con un promedio del 58% el cual indica que estas empresas aprovechan servicios financieros para respaldar su crecimiento y desarrollo.

Las Mypes enfrentan desafíos en términos de cultura empresarial asociativa y productividad, pero muestran fortalezas en términos de confianza mutua, adopción de tecnología, competencia y acceso a recursos financieros.

4.1.1. Dimensión cooperación

En la subdimensión "Las Mypes desarrollan una cultura empresarial asociativa", solo 8 de 26 Mypes (31%) formaron parte de alguna agrupación, lo que indica que la mayoría de las Mypes no están involucradas en asociaciones empresariales, dando como resultado un nivel bajo en términos de cultura empresarial asociativa; de las que formaron asociaciones el 12% forma parte de cooperativas y/o grupos informales; mientras que el 15% se asocia con el propósito de acceder a nuevos mercados; en cuanto a la percepción de la cooperación el 23% de las Mypes están completamente de acuerdo en que la asociación fomenta el desarrollo empresarial; el 69.2% de las Mypes no formó agrupaciones por estas razones: No recibió invitaciones, preocupaciones por la pérdida de confidencialidad de su empresa y desconocimiento de las ventajas de la asociación, lo

que indica que hay obstáculos significativos para la participación y la promoción de una cultura empresarial asociativa en la mayoría de las Mypes para crear un clúster.

En la subdimensión "Confianza entre las Mypes" se observa que el 69.2% de las Mypes están dispuestas a formar parte de un clúster, lo que se consideraría un promedio alto en términos de disposición para la colaboración y la formación de clústeres. Además, un alto porcentaje de Mypes (62%) está de acuerdo con la forma de trabajar de otras empresas; el (69.4%) cree que los beneficios del clúster se distribuirían equitativamente entre los integrantes; significa que existe una alta confianza en los sistemas colaborativos; el 61% opina que el apoyo entre empresarios es recíproco, lo que da como resultado que hay una percepción positiva en términos de cooperación formal.

En el grupo de empresas relacionadas con la pesca de jurel en Chile, no se detecta ningún indicio de colaboración efectiva como parte de una estrategia de crecimiento. La falta de interés empresarial en este tipo de enfoque se debe a que las relaciones entre los empresarios en la región están marcadas por una fuerte competencia, la desconfianza mutua, la cooperación débil y un marcado individualismo, por ello no es recomendable crear un clúster sin antes desarrollar una cultura colaborativa positiva, (PROMPYME, 2003)

López, et al., (2018) mencionan que los participantes enfatizan la necesidad de colaboración empresarial y promoción para formar parte de un clúster, destacan la importancia de la colaboración entre empresas, el gobierno y el sector académico, las empresas locales son relevantes para un clúster, pero la falta de confianza entre empresas y el factor humano son obstáculos para la colaboración.

La escasa participación de la mayoría de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mypes) en asociaciones empresariales indica que existen obstáculos significativos, instando a implementar estrategias prácticas de sensibilización para

fomentar las alianzas. Aunque la participación en asociaciones es baja, las Mypes muestran disposición para integrarse en clústeres, destacando la necesidad de abordar el tema de los riesgos de compartir información y mejorar la comprensión de los beneficios. También, se requiere la aplicación de estudios teóricos sobre el desarrollo de la cultura asociativa, donde la confianza es clave en la colaboración entre las Mypes; las teorías conceptuales sobre relaciones interorganizacionales proveen de información valiosa que es crucial para el fomento de una cultura empresarial colaborativa. Como estrategias metodológicas es importante mostrar casos exitosos como el clúster de la moda de Italia y el clúster tecnológico de Silicon Valley, subrayando la importancia del diálogo entre Mypes, gobierno y sector académico para construir relaciones de confianza, lo contraste a las investigaciones de López y PROMPYME en México y Chile respectivamente.

4.1.2. Dimensión conocimiento

En la subdimensión “las Mypes que adquieren conocimientos e implementan tecnologías innovadoras para mejorar procesos productivos”, se observa que los resultados son altos en su totalidad; el 73% de las Mypes se capacitan para adquirir conocimientos empresariales, lo que demuestra un compromiso significativo con la mejora de sus habilidades; el mismo porcentaje (73%) tiene como finalidad mejorar la calidad de su empresa y darle mayor competitividad lo que indica un enfoque claro en la excelencia y la competitividad; el 62% busca formalizar y obtener certificaciones, lo que también es un indicador positivo; el 69% que tiene como finalidad fidelizar a sus clientes a través del marketing, pero aún queda margen de mejora en términos de diversificación de objetivos. En cuanto a la forma en que se capacitan, que el 31% utiliza el internet para acceder a cursos virtuales y tutoriales en plataformas virtuales como YouTube, Facebook, etc. Es un porcentaje relativamente bajo, lo que sugiere que debe haber una mayor adopción de recursos en línea; y el 54% no intercambie información con otras empresas

del mismo sector, el cual infiere un aislamiento en términos de colaboración y aprendizaje conjunto; el 15% que no se capacita en absoluto es algo negativo, el cual indica que aún existe un segmento de Mypes que no está invirtiendo en su desarrollo empresarial.

En la subdimensión “las Mypes innovan e implementan conocimientos sobre tecnologías de la información y comunicación (TIC)”, los resultados son en promedio alto, el 54% utiliza equipos de cómputo con programas informáticos para administrar sus negocios, lo que muestra una adopción significativa de la tecnología; el 73% considera importante utilizar las redes sociales para promover su empresa es un indicador positivo de la conciencia de marketing digital; el 58% compra equipos o maquinaria para mejorar la productividad y el 62% que asigna recursos económicos para este propósito podrían aumentarse para acelerar la adopción tecnológica en estas áreas.

En un clúster la aplicación del conocimiento en la innovación tecnológica son factores fundamentales que guían su modelo de funcionamiento, como se evidencia en los casos de clústeres en México y Colombia, se aplica igualmente en Cajamarca, donde la colaboración entre empresas desempeña un papel crucial al estimular el mercado y fortalecer las capacidades de innovación. La inversión en tecnología, la sostenibilidad ambiental, la educación, la cooperación empresarial y la innovación son elementos esenciales para el desarrollo competitivo, y estos principios son aplicables tanto a nivel local como internacional (Cruzado, 2023)

Para Gómez (2017) existe una relación entre el factor conocimiento y el factor de innovación, la relación de estos dos factores son claves para el impulso de la competitividad, los flujos de conocimiento, así como la generación de conocimiento impulsa procesos de innovación en la empresa, los conocimientos que buscan los empresarios están enfocados a aumentar la competitividad y obtener certificaciones y la fidelidad del cliente.

Los resultados revelan un fuerte compromiso por parte de las micro y pequeñas empresas (Mypes) para mejorar habilidades en los procesos productivos, se capacitan en conocimientos empresariales, buscan mejorar la calidad de productos y servicios, reflejando una orientación hacia la excelencia y competitividad. Desde la perspectiva teórica, se respalda la relación crucial entre conocimiento e innovación, esencial para la competitividad, resaltando el aporte de Gómez “La adquisición de conocimientos enfocados en aumentar la competitividad y obtener certificaciones emerge como clave para el progreso empresarial”. Como implicancia metodológica se demuestra que la colaboración y la innovación tecnológica son cruciales, como ejemplifican casos en México, Colombia y Cajamarca, donde los resultados subrayan la importancia de la formación empresarial, la adopción tecnológica y la colaboración para el desarrollo competitivo de las Mypes, ofreciendo orientación valiosa para políticas y estrategias futuras en el sector.

4.1.3. Dimensión de la competitividad

Con respecto a la subdimensión del “incremento de la productividad de las Mypes”, los resultados se encuentran en promedio bajo con 40%, donde el 50% de Mypes mencionan que entre un rango de 50% y el 75% de las personas regresan a sus establecimientos; el 35% respondieron que solo el 25% al 50% de los clientes recomiendan sus establecimientos; el 35% de las Mypes ha logrado mejorar su rentabilidad en un rango alto, entre el 50% y el 75%; donde el promedio de ganancia neta anual es de S/ 20,915.00 siendo un indicador aceptable en términos financieros.

En lo que respecta a la subdimensión de la “competencia de las Mypes”, los resultados se encuentran en promedio alto, se observa que el 65% de las Mypes forman alianzas, a través de tratos informales, lo que resulta positivo con miras hacia un clúster; el 65.4%, de las Mypes establecieron alianzas con una o más empresas de diferentes

sectores, donde existe una búsqueda activa de diversificación; las alianzas se enfocaron en objetivos de reducción de costos (65%) y en ofrecer una variedad de productos (65%), lo que demuestra que se aplica una estrategia eficiente para mejorar la competitividad, es necesario señalar que la mayoría de estas alianzas (54%) no se realizaron con los mismos empresarios sino con intermediarios; un 23% de las Mypes no formaron alianzas, lo que es un indicador que se puede mejorar en términos de competencia.

Las alianzas no se realizan directamente con los mismos empresarios, sino con intermediarios, lo que podría ser una oportunidad de mejora en términos de competencia, donde es necesario examinar y ajustar las estrategias de alianza para que sean más efectivas y beneficien a las Mypes, los estudios revelan un desempeño competitivo intermedio en el Parque Industrial de Villa El Salvador, en términos de alcance competitivo, se limita principalmente a nivel local, con una calificación promedio de 1.9 (Porras A. et al., 2013).

Gómez (2017), la competencia que buscaron los empresarios al realizar alianzas para competir con empresas de su mismo segmento fueron principalmente la reducción de precios al ofrecer su producto y medir la fidelidad de los clientes, medir el porcentaje de personas que regresan y recomiendan el establecimiento, generando que la empresa aumente la productividad y su cartera de clientes fueron en promedio alto.

Los resultados brindan una comprensión completa de la situación actual de las Mypes en Canayre, donde se identifican áreas de mejora en la retención y satisfacción del cliente, las alianzas estratégicas, aunque frecuentes, revelan una dependencia de intermediarios, destacando la necesidad de formar alianzas directas con las mismas empresas. Desde un punto de vista teórico, la formación de alianzas sugiere el potencial desarrollo de un clúster empresarial, con implicancias en aprendizaje conjunto y mejora de la competitividad a niveles local y regional, tomando como ejemplo el desempeño

competitivo intermedio en el Parque Industrial de Villa El Salvador. En términos metodológicos, la medición de competitividad mediante indicadores como la formación de alianzas puede ser adoptada como una práctica útil.

4.1.4. Dimensión financiero

Respecto a la subdimensión “las Mypes incrementan su acceso a información del sistema financiero”, respecto a ello existe un promedio alto, donde el 81% de las Mypes tuvieron interacción con las entidades financieras para solicitar información sobre algún financiamiento, el cual es un indicador positivo porque demuestra un alto nivel de interés y participación de las Mypes en el sistema financiero; el 73% de las Mypes analizan las tasas de interés antes de aceptar un préstamo, lo que demuestra que están tomando decisiones financieras informadas y evaluando la viabilidad de los préstamos antes de comprometerse, siendo un indicador para la salud financiera de las Mypes a largo plazo; las cajas municipales tienen una mayor participación el mercado financiero con el 42% respecto a otras entidades financieras, donde las cajas municipales ofrecen condiciones financieras atractivas o son más accesibles para las Mypes en comparación con otras instituciones; el 57.7% de las Mypes recibieron ofertas de créditos para capital de trabajo, lo que también es una señal positiva de que las instituciones financieras están dispuestas a apoyar las necesidades de financiamiento de las Mypes.

Respecto a la subdimensión “las Mypes acceden a los servicios financieros”, dio como resultado un promedio alto; donde el 57.7% de las Mypes accedieron a financiamiento, lo que se considera alto según la clasificación establecida, significa que la mayoría de las Mypes lograron obtener financiamiento, lo que es un indicador positivo de acceso al sistema financiero. Sin embargo, es importante señalar que el 42.3% de las Mypes no accedieron a un financiamiento, y de ese grupo; el 27% no lo solicitó, lo que indica la falta de conocimiento o acceso limitado al sistema financiero por parte de

algunas Mypes; el 35% de las Mypes tuvo dificultades al presentar garantías, lo que sugiere un obstáculo en el acceso a financiamiento para estas empresas; el 15% no pudo acceder debido a la incapacidad para demostrar ingresos económicos; el 31% de las Mypes encuestadas están conformes con el financiamiento recibido, lo que indica un nivel moderado de satisfacción; el 46% utilizó el financiamiento para capital de trabajo, lo que señala que las Mypes están aprovechando estos recursos para apoyar sus operaciones y crecimiento.

En la región de Tacna, la mayoría de los pequeños agricultores no acceden a servicios financieros formales debido a los estrictos requisitos por parte de las entidades financieras, junto con la ausencia de tecnología crediticia compatible con el entorno rural hacen que no exista un sistema de financiamiento adecuado. Las cajas rurales y municipales solo cubrieron un 10% de la demanda de crédito agrario. Además, los productores de orégano en Tacna enfrentan dificultades constantes con las garantías reales, lo que afecta negativamente su capacidad crediticia, con un 42.3% experimentando estas dificultades "casi siempre" y un 29.1% "siempre". Los agricultores de orégano en Tacna se enfrentan a desafíos significativos para acceder a crédito debido a barreras financieras, especialmente relacionadas con las garantías reales (Medina, 2017).

Los encuestados manifestaron que antes de pertenecer al clúster vivieron diversas situaciones al intentar conseguir financiamiento: presentaron garantías insuficientes o información incompleta, intereses altos, demasiados trámites, los cuales tomaban mucho tiempo o carecían de la antigüedad; sin embargo, expresaron que al integrarse al clúster las cosas cambiaron, la mayoría (el 65%) dejó de tener estas dificultades, aunque el porcentaje restante considera que persisten los trámites excesivos y que sus garantías son insuficientes (Evelia I, & Marcela C., 2011).

Los resultados destacan implicaciones significativas en la práctica, teoría y metodología al examinar la relación entre las Mypes y su acceso a servicios financieros, donde se observa un marcado nivel de interacción de las Mypes con entidades financieras, reflejando un fuerte interés y disposición para buscar financiamiento cuando es necesario. Así mismo, existe la toma de decisiones financieras informadas, especialmente al analizar tasas de interés antes de aceptar préstamos, donde las cajas municipales son opciones más accesibles que otras entidades financieras. En el ámbito teórico, se revelan desafíos en el acceso variado a financiamiento, subrayando la necesidad de abordar dificultades como la falta de conocimiento o acceso limitado, presentar garantías. La experiencia de Mypes que se unieron a un clúster indica un impacto positivo en el acceso a servicios financieros, lo que no sucede en Tacna donde existen desafíos en el sector agrario para obtener financiamiento, los resultados proporcionan una visión integral para guiar el desarrollo eficaz de políticas, prácticas empresariales con relación al sistema financiero.

4.2. Limitaciones

La recolección de datos no se efectuó según lo planificado, ya que no se pudo realizar la encuesta de manera presencial con el 100% de los encuestados. Al realizar la encuesta con algunos participantes a través de llamadas telefónicas y/o videollamadas, se experimentaron interferencias debido a la falta de cobertura en el dispositivo móvil del entrevistado, y por eso se dificultó la realización de la encuesta de manera fluida y resultó en la incomodidad del individuo. Sin embargo, se logró con el objetivo.

Dado la escasez de investigaciones similares sobre las condiciones de la creación de un clúster, no existen antecedentes con metodologías y variables igual a esta, y por ende no se dispone de una operacionalización de variable completa y como resultado, no existen modelos validados para llevar a cabo la encuesta con el respaldo científico de expertos en el campo del clúster y que aborden las cuatro dimensiones mencionadas en la

investigación, consecuentemente a esto se tuvo que realizar adaptaciones y validarlas por expertos. Por ello, se logró con el objetivo.

Realizar un muestreo censal con una población limitada presenta dificultades, ya que llevar a cabo la encuesta con el 100% de la población es un desafío; algunos responsables de las Mypes dudan en colaborar, es necesario tener una muestra mayor. No obstante, se logró cumplir con el objetivo, se encuestó al 100%.

El factor tiempo fue una limitante a considerar, debido a la poca accesibilidad de información o estudios pasados, se ocupó la mayor parte del tiempo a estos capítulos, descuidando las otras. Sin embargo, se pudo superar el inconveniente realizando búsquedas con palabras claves en motores de búsqueda académicos o bibliotecas digitales académicas, realizando adaptaciones por variables, el cual proporcionó recursos relevantes para la investigación. Se logró con el objetivo.

4.3. Conclusiones

El objetivo general de la investigación fue describir las condiciones de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022.

En función al objetivo general de describir las condiciones de la creación de un clúster, se concluye que las Mypes enfrentan desafíos notables en cuanto la dimensión cooperación, la baja cultura empresarial asociativa indica que estas empresas tienden a operar de manera independiente o experimentan dificultades para colaborar entre sí, así exista un nivel de confianza alto. En términos de conocimiento, las Mypes muestran una actitud positiva hacia la adopción de tecnologías innovadoras, mejorando la productividad a través de la tecnología lo que se complementa con un alto nivel de innovación y aplicación de conocimientos en tecnologías de información y comunicación (TIC). En la dimensión de competitividad, se destaca que las Mypes enfrentan un desafío

importante para mejorar la eficiencia de sus operaciones, ya que el incremento de la productividad es bajo. No obstante, muestran una competencia efectiva en el mercado, indicando que logran competir de manera eficaz, a través de alianzas estratégicas. En cuanto a la dimensión financiera, las Mypes exhiben fortalezas al tener un alto acceso a información del sistema financiero y un nivel significativo de acceso a créditos financieros, siendo indicadores que las empresas están bien informadas sobre las opciones disponibles en el sistema financiero y aprovechan el financiamiento para respaldar su crecimiento y desarrollo. Finalmente se concluye que, aunque las Mypes enfrentan desafíos en términos de cultura empresarial asociativa y productividad, muestran notables fortalezas en confianza mutua, adopción de tecnología, competencia efectiva y acceso a recursos financieros, siendo un indicador positivo para la creación de un clúster. Se concluye con describir el objetivo principal.

En función al primer objetivo específico de describir la dimensión cooperación de la creación de un clúster, se concluye que la mayoría de las Mypes tienen un bajo nivel de participación en asociaciones empresariales, se destaca que las Mypes no formaron agrupaciones, principalmente debido a la falta de invitaciones, preocupaciones por la confidencialidad y/o un desconocimiento de las ventajas de asociarse, y la minoría de las Mypes que si formaron agrupaciones fue de manera informal. Por otro lado; en cuanto a la confianza entre las Mypes, hay una disposición generalmente alta para la formación de clústeres y una percepción positiva de la colaboración, en cuanto a la reciprocidad en el apoyo empresarial refuerza la idea de que la colaboración entre las Mypes puede generar un ambiente propicio para el mutuo crecimiento. Así mismo, que existen desafíos relacionados con la percepción de riesgos y la falta de comprensión de los beneficios de la asociación que podrían abordarse para fortalecer aún más la cultura empresarial asociativa en estas empresas.

Finalmente, se concluye con el objetivo de describir la dimensión cooperación satisfactoriamente.

En función al segundo objetivo específico de describir la dimensión conocimiento de la creación de un clúster, se obtuvo como resultado un promedio alto, por lo que se observa un compromiso general de las Mypes en la adquisición de conocimientos y tecnologías innovadoras, existe un enfoque de mejora continua, donde las empresas buscan adquirir conocimientos empresariales; se enfocan en la calidad, competitividad, fidelización de los clientes, formalización y certificaciones; lo contrario esto es que existe margen para mejorar en la diversificación de objetivos, la falta de colaboración y el desinterés en capacitarse lo que puede ser un área de preocupación en términos de desarrollo y adaptación a las cambiantes condiciones del mercado. Las Mypes incorporan tecnologías de la información (TIC) mediante equipos y programas informáticos, demostrando un interés creciente sobre su importancia operativa, donde destinan el uso de esto para elaborar base de datos para el control interno de la empresa y como herramientas de marketing mediante las redes sociales. Los hallazgos revelan una tendencia positiva de conocimiento a la adopción tecnológica y a elaborar estrategias de promoción, centrado en mejorar la productividad y eficiencia empresarial; en general las Mypes muestran una tendencia positiva hacia la adopción de conocimientos tecnológicos de la información, así como la importancia de las redes sociales en la promoción empresarial, existe una disposición para invertir en equipos y maquinaria orientando a mejorar la productividad y la eficiencia operativa.

Finalmente, se concluye con el objetivo de describir la dimensión conocimiento satisfactoriamente.

En función al tercer objetivo específico de describir la dimensión competitividad de la creación de un clúster, se obtuvo como resultado que la condición competitiva tiene

un promedio medio. La productividad de las Mypes del distrito de Canayre es baja y enfrentan desafíos en términos de retención de clientes, satisfacción del cliente y recomendación de sus negocios, hay un margen significativo para mejorar en la satisfacción del cliente y la imagen de la empresa mediante el cual se logra mediante la promoción de sus productos o servicios. Por ello, es importante establecer alianzas directas en lugar de depender en gran medida de intermediarios; es necesario enfocarse en las áreas en las que las Mypes enfrentan desafíos, como la retención de clientes, la recomendación del negocio y la mejora de la rentabilidad para algunas de ellas. Por otro lado, existe un nivel alto en la participación de alianzas por parte de las Mypes, formando alianzas con cinco o más empresas de diferentes sectores, lo que significa que buscan nuevas oportunidades más allá de su sector principal; estas alianzas se centran en la eficiencia financiera, reducir costos y ampliar su oferta de productos. Esta disposición a colaborar con diferentes empresarios evidencia que hay una participación activa en el mercado con estrategias proactivas que indican un enfoque orientado al crecimiento de las Mypes.

Finalmente, se concluye con el objetivo de describir la dimensión competitividad satisfactoriamente.

En función al cuarto objetivo específico de describir la dimensión financiera de la creación de un clúster, se obtuvo como resultado que la condición financiera es muy alta, las Mypes incrementan su acceso a información del sistema financiero, utilizan el financiamiento para capital de trabajo, lo que indica que están aprovechando estos recursos para apoyar sus operaciones y crecimiento, además se resalta que las Mypes están participando activamente con el sistema financiero; la mayoría de las Mypes logran acceder al financiamiento y están tomando decisiones financieras informadas, lo que es positivo. Contraste a esto, existe Mypes que no obtuvieron un financiamiento, destacando

la falta de conocimiento, acceso limitado al sistema financiero, dificultades para presentar garantías y la incapacidad para demostrar ingresos económicos. Se demuestra que la integración a clústeres empresariales ha facilitado a la obtención de créditos financieros, sin embargo, no basta solo con las prácticas empresariales efectivas sino también destacan la necesidad de políticas que aborden las brechas en el acceso a servicios financieros, especialmente en sectores específicos como la agricultura.

Finalmente, se concluye con el objetivo de describir la dimensión financiera satisfactoriamente.

4.4. Recomendaciones

Se recomienda centrarse en la educación y la promoción de una cultura empresarial asociativa, al tiempo que se deben abordar las preocupaciones de confidencialidad y facilitar al acceso de información y oportunidades de colaboración, el cual ayudará a fortalecer la participación de las Mypes en asociaciones empresariales y a fomentar una cultura de cooperación en la formación de clústeres.

Se recomienda aumentar los medios de capacitación y promover el uso de recursos en línea para el aprendizaje, se debe impulsar la colaboración y el intercambio de información entre empresas del mismo sector. En cuanto a las TIC, se recomienda un aumento en la inversión de equipos y recursos, para acelerar la adopción tecnológica, estas acciones contribuirán a un mayor crecimiento de las Mypes en un entorno empresarial cada vez más competitiva.

Se recomienda aumentar la rentabilidad, fomentar la formación de alianzas, enfocarse en la diversificación y la reducción de costos, promover alianzas directas entre empresarios y ayudar a las Mypes que aún no han formado alianzas a hacerlos. Con estas acciones se contribuyen al desarrollo de un clúster exitoso de Mypes.

Se recomienda a las Mypes formar un clúster en dicho distrito para poder mejorar el acceso a financiamiento y promover una mayor interacción con las entidades financieras, fomentar la evaluación de tasas de interés, explorar opciones con cajas municipales, mejorar el acceso al financiamiento, superar obstáculos en garantías e ingresos económicos, aumentar la satisfacción con el financiamiento y fomentar el uso de financiamiento para capital de trabajo. Estas acciones contribuirán a fortalecer la salud financiera de las Mypes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agraria.pe (2014). *Clúster de palta hass en corredor chincheros dinamizará producción Apurímac* <https://www.agraria.pe/noticias/apurimac-clúster-de-palta-hass-en-corredor-chincheros-dinam-7091>
- Albújar Asalde, J. L., Aldaz Aguirre, H. Y., Fernández Valdivia, R. J., & Jibaja Cavero, M. del C. (2015). *Clúster de turismo en la región Lambayeque* [Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12837>
- Arias-Gómez, J., Villasís Keever, M. Á., & Miranda Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia*, 63(2), 201–206. <https://doi.org/10.29262/ram.v63i2.181>
- Asencio Cristóbal, L.R., Narváez Vásquez, A., Bueno Guachamín, N. E. & Procel Galarza, K.E. (2021). Vista de Factores determinantes para la creación de un clúster asociativo exportador en el sector frutícola de Guayas-Ecuador (Vol. 3, Número N° 2). (2021). *Revista Veritas & Research*. <http://revistas.pucesa.edu.ec/ojs/index.php?journal=VR&page=article&op=view&path%5B%5D=93&path%5B%5D=102>
- Bao Cruz, Sergio, & Blanco Silva, Fernando (2014). Modelos de formación de clústers industriales: revisión de las ideas que los sustentan. *Revista Galega de Economía*, 23(2), 179-198. ISSN: 1132-2799. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39138754009>

- Barreras, I. Z. (2014). Los clústers en las micro, pequeñas y medianas empresas de la región del Valle del Évora, Sinaloa, México. *Revista Ciencia y tecnología universitaria, Número 3*.
http://reaxion.utleon.edu.mx/Art_clústers_Empresas_Valle_Del_Evora_Sonora.html
- Benites Gutierrez, L. A., Ruff Escobar, C., Ruiz Toledo, M., Matheu Pérez, A., Inca Alayo, M., & Juica Martínez, P. (2020). Análisis de los factores de competitividad para la productividad sostenible de las PYMES en Trujillo (Perú). *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa*, 29, 208–236.
<https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.3513>
- Blanco Silva, Fernando y Bao Cruz, Sergio (2014). Modelos de formación de clústeres industriales: revisión de las ideas que los sustentan. *Revista Galega de Economía*, 23 (2),179-198. [fecha de Consulta 21 de septiembre de 2022]. ISSN: 1132-2799.
Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39138754009>
- Bressan, C., & Matta, A. (Eds.). (2015). Difusión de conocimientos e innovación en el clúster electrónico de Córdoba: análisis de las firmas miembro de una asociación empresarial (Vol. 26). *Revista hispana para el análisis de redes sociales*.
<http://revistes.uab.cat/redes>
- CAMISÓN, C. (1997) *La competitividad de la PYME industrial española: estrategia y competencias distintivas*, Madrid: Cívitas, 1997.
- Capó-Vicedo, J., Expósito-Langa, M., & Masiá-Buades, E. (2007). *La importancia de los clústers para la competitividad de las PYME en una economía global*. EURE, XXXIII (98), 119-133.

Castellanos, M. H. (2011). *FORMULA PARA CÁLCULO DE LA MUESTRA*

POBLACIONES FINITAS.

<https://investigacionpediahr.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-cc3a1lculo-de-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf>

Cegarra-Navarro, Juan Gabriel, Briones-Peñalver, Antonio Juan, & Ros-Sánchez, María

del Mar. (2005). La confianza como elemento esencial para la mejora de la cooperación entre empresas: un estudio empírico en pymes. *Revista Cuadernos de*

Administración, 18(30), 79-98. Retrieved November 03, 2023, from

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35922005000200004&lng=en&tlng=es)

[35922005000200004&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35922005000200004&lng=en&tlng=es)

Centro de investigación de Economía y Negocios Globales. (2023). *REPORTE DE*

EMPRESAS EXPORTADORAS. [https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-](https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2023/05/CIEN_REM_ENE_2023_VF.pdf)

[content/uploads/2023/05/CIEN_REM_ENE_2023_VF.pdf](https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2023/05/CIEN_REM_ENE_2023_VF.pdf)

CEPLAN. (2019). *El clúster productivo del cobre en el sur del Perú.*

[https://www.ceplan.gob.pe/documentos_/el-clúster-productivo-del-cobre-en-el-](https://www.ceplan.gob.pe/documentos_/el-clúster-productivo-del-cobre-en-el-sur-del-peru/)

[sur-del-peru/](https://www.ceplan.gob.pe/documentos_/el-clúster-productivo-del-cobre-en-el-sur-del-peru/)

Chablé Sangeado, Juan José, & Aragón Sánchez, Antonio, & Serna Jiménez, Ana Ma., &

Rubio Bañón, Alicia (2010). *Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las MiPyMEs de Tabasco.* Investigación y Ciencia, 18(47),4-12. ISSN: 1665-

4412. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67413393002>

CONFIEP. (2020). *Clúster para activar la economía en tiempos de Covid-19.* CONFIEP;

Empresarios Haciendo País. [https://www.confiep.org.pe/noticias/conoce-el-](https://www.confiep.org.pe/noticias/conoce-el-potencial-de-los-clusters-para-reactivar-la-economia-con-innovacion-y-)

[potencial-de-los-clusters-para-reactivar-la-economia-con-innovacion-y-](https://www.confiep.org.pe/noticias/conoce-el-potencial-de-los-clusters-para-reactivar-la-economia-con-innovacion-y-)

[tecnologia/](https://www.confiep.org.pe/noticias/conoce-el-potencial-de-los-clusters-para-reactivar-la-economia-con-innovacion-y-)

- Corrales, S. (2007). Importancia del clúster en el desarrollo regional actual. *Revista Frontera Norte*, 19 (37): 173-201
- Cruz, E. (Ed.). (2021). *Hacia clústers mineros como motor de la innovación en el Perú*. Revista *RUMBO MINERO INTERNACIONAL*.
<https://www.rumbominero.com/peru/noticias/mineria/hacia-clusters-mineros-como-motor-de-la-innovacion-en-el-peru/>
- Cruzado García, M. Y. (2023). *Análisis De La Estrategia Clúster Para La Competitividad Empresarial En El Sector Lácteo Del Distrito De Cajamarca* [UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA].
<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/5854/Tesis%20Milton%20Cruzado.pdf?sequence=1>
- De la Garza, E. de J. I., & Loera, M. R. C. (2011). *La integración de Pymes en clúster y su impacto en el financiamiento*. Congreso nacional de contaduría administración e informática. <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2011/1.20.pdf>
- Economía, R. (2021) *Hacia clústers mineros como motor de la innovación en el Perú*. Revista Economía. <https://www.revistaeconomia.com/hacia-clusters-mineros-como-motor-de-la-innovacion-en-el-peru/>
- FOCOPymes. (2001). *La Promoción de clústers Industriales en América Latina*.
https://www.idos-research.de/uploads/media/serie_focopymes_no_1.pdf
- García Monsalve, JJ, Tumbajulca Ramírez, IA, & Cruz Tarrillo, JJ (2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial de Mypes durante el Covid-19. *Comunicación*, 12 (2), 99–110. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.12.2.500>

Gómez Gómez, J. (2017). La importancia de los factores esenciales en el clúster. *Revista Dimensión empresarial*, 15 (2), 141–153. <https://doi.org/10.15665/rde.v15i2.917>

Gómez, J. G. (2017). *La Importancia De Los Factores Fundamentales En El Clúster*, revista *Dimensión Empresarial*, 15(2).
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632017000200141#:~:text=La%20importancia%20de%20los%20factores%20fundamentales%20en%20el%20funcionamiento%20del,y%20a%20su%20vez%20mayor%20innovaci%C3%B3n.

Gómez-Bravo, Laura, Torruco-García, Uri, Martínez-Hernández, Mildred, & Varela-Ruiz, Margarita. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Investigación en educación médica, 2(7), 162-167.
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es.](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es)

Hernández González, Osvaldo. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 37(3), e1442. Epub 01 de septiembre de 2021. Recuperado en 08 de febrero de 2024, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002&lng=es&tlng=es.](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002&lng=es&tlng=es)

Instituto Nacional de Estadística e Informática (2022). *DEMOGRAFÍA Empresarial en el Perú*. INEI.gob.pe.
https://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_demografia_empr esarial_i_trim_2022.pdf

Izcara Palacios, S. P. (2014). *Manual de investigación cualitativa*. Ediciones Fontamara.

- Jiménez, M. F. A., & Tamayo, D. D. M. (2022). *Clústers comunitarios agrícolas como propuesta para el mejoramiento de la productividad y competitividad en Tungurahua* [UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO].
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34639/1/012%20AE.pdf>
- Kamichi Miyashiro, M. J. (2023). LA REALIDAD DE LA INFORMALIDAD EN EL PERÚ PREVIO A SU BICENTENARIO. *Desde el Sur Revista de Ciencias Humanas y Sociales de la Universidad Científica del Sur*, 15(1), e0013.
<https://doi.org/10.21142/des-1501-2023-0013>
- Kerlinger, F. N. (2002). *Investigación del comportamiento*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Kuznik, A., Hurtado Albir, A., & Espinal Berenguer, A. (2010). *El uso de la encuesta de tipo social en Traductología. Características metodológicas*. MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación, (2), 315-344.
- LETREROS. (2004). *Clústers, aspectos básicos de algo novedoso*. *Revistalettreros.com*.
<https://www.revistalettreros.com/pdf/73-074a076.pdf>
- López Jiménez, J., Martínez Gutiérrez, B., Hernández Malpica, PE, & Rodríguez Barquero, R. (2016). Factores determinantes del desempeño del clúster: Caso aplicado al sector de muebles en Barranquilla, Colombia. Determinantes del desempeño del clúster: Caso aplicado a la industria del mueble en Barranquilla, Colombia. *revista Tec. empresarial*, 10 (1), 29.
<https://doi.org/10.18845/te.v10i1.2532>

- López, M., Angélica, L., Tapia-Moreno, Rodríguez-Torres, Felipe, L., & García-Berumen, &. (2018). *Factores que influyen en la formación de un clúster de Tecnologías de Información en el Sur de Sonora*. Uanl.mx.
http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/vinculat%C3%A9gica_2/40%20MARTINEZ_TAPIA_RODRIGUEZ_GARCIA.pdf
- López, P. L (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Revista Punto Cero*, 09(08), 69-74.
http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es
- Lucero Lopez, D. M., & Torres Garcia, A. F. (2020). Componentes de la asociatividad empresarial y gobernanza en Áreas Naturales Protegidas con capacidades turísticas. *Revista Economía Sociedad y Territorio*, 20(64), 843–864.
<https://doi.org/10.22136/est20201597>
- Menzel, M., & Fornahl, D. (2007). Clúster Life Cycles - *Dimensions and Rationales of Clúster Development*. Dinamarca: Paper presentado en el DRUID DIME Academy Winter 2007 de la Academia de Doctorado en la conferencia “Geography, Innovation and Industrial Dynamics”
- Mitxeo Grajirena, J., Idigoras Gamboa, I., & Vicente Molina, A. (2004). *Los clústers como fuente de competitividad: el caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco*. Cuadernos de Gestión, 4(1), 55-67.
- Molina Pereira, Y. A., (2019). La Reforestación como Estrategia Ambiental para la Conservación de ríos y quebradas. *Revista Científic*, 4(13), 182-199.

Montoya Ortega, M., (2014). *Análisis del aporte al desarrollo empresarial regional del clúster automotriz de Nuevo León México. Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, X (19), 7-21.

<https://www.redalyc.org/pdf/4096/409638644002.pdf>

Morosini, P. (2004). *Industrial clusters, knowledge integration and performance* (Vol. 32, Número 2). Sciencedirect. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2002.12.001>

Morosini, P. (Ed.). (2004). *Industrial cluster knowledge integration and performance: Vol. 32(2)* (Números 305–326). World Evelopment.

Nam-Hoon, Kang y Kentaro Sakai, *International Strategic Alliances: Their Role in Industrial Globalization* (2000), *Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico*. en http://www.oecd.org/dsti/sti/prod/sti_wp.htm. Consultada en febrero de 2001

Ortega, C. (2018, julio 27). *¿Qué es un estudio transversal?* QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/estudio-transversal/>

Pérez Chavira, Seidi Iliana, & Morales Zamorano, Luis Alberto, & Velasco Aulcy, Lizzette (2014). ESTRATEGIAS PARA LA FORMACIÓN DE "CLÚSTERS" AGRÍCOLAS EN ZONAS RURALES. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 35 (),1004-1011. [fecha de Consulta 10 de junio de 2022]. ISSN: 1405-9282. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14131676009>

Pérez, C. A. (2019). *COMPARACIÓN INTERNACIONAL DEL APORTE DE LAS MIPYMES A LA ECONOMÍA*. Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales. <https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2019/09/Comparacion-Internacional-del-aporte-de-las-MIPYMES-a-la-Economia-DT-2019-03.pdf>

- Perez-Soltero, A., Castillo-Navarro, A., Barcelo-Valenzuela, M., & Leon-Duarte, J. A. (2009). *Importancia de los clústers del conocimiento como estructura que favorece la gestión del conocimiento entre organizaciones*. [Archivo PDF]. <https://www.redalyc.org/pdf/549/54912872002.pdf>
- Pizarro, A. N., Rabanal, B. F. A., Del Pozo Vivanco, C. J., & Castillo, J. P. B. (2018). *Factores Clave de Éxito para el Desarrollo de un clúster de Palta en Chincheros, Apurímac* [PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ]. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12708/NOGUERA_ABANTO_CLÚSTER_APURIMAC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Porras, A. C. G., Navarro, A. M. R., del Carmen Saavedra Jiménez, M., & Chávez, J. L. S. (2013). *Desempeño Coopetitivo del Clúster de Muebles de Madera del Parque Industrial de Villa El Salvador: una aproximación dentro de instituciones, gobiernos, asociaciones y empresas* [PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ]. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/12880/GARCIA_REYES_DESEMPE%c3%91O_MADERA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Porter, M. E. (1998). Clústers and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 73(6), 77- 90
- PROMPYME (2003). *Estudio sobre clúster y asociatividad*. Congreso.gob.pe. https://www4.congreso.gob.pe/congresista/2001/lguerrero/EXPOSICION/IMAGENES/clusters_Prompyme.pdf

- Reinoso Lastra, J. F., Vera Calderón, J. A., y Naranjo Acosta, W. G. (2022). condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico en el clúster textil-confección en Ibagué-Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(Especial 7), 492-509. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.32>
- Rodriguez Ramirez, L. A. (2020). *El clima organizacional y su relación con la calidad del servicio educativo del Instituto Nacional de Danza Raymond Mauge Thoniel de la ciudad de Guayaquil Ecuador 2017* [Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/17105/Rodriguez_rl.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Rodríguez, A. y Hernández, M. (2003). La creación de valor y de ventaja competitiva en la red de relaciones de negocios. *Revista Universidad EAFIT*, 39(132), 8-22 <https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidad-eafit/article/view/891/797>
- Romero-Suárez, D., Pertuz, V., & Orozco-Acosta, E. (2020). Factores determinantes de competitividad e integración organizacional: revisión sistemática exploratoria. *CIT Información Tecnológica*, 31 (5), 21–32. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642020000500021>
- Saldaña De Lira, J. D., Bojórquez Guerrero, L. P., Carlos Ornelas, C. E., & García Pérez, E. (2021). *Impacto del uso de las TIC en la Competitividad de las PyMEs en Aguascalientes, México*. Redalyc.org. <https://www.redalyc.org/journal/944/94467989004/html/>

- Sanchez, A. M. (2017). *La Formación Del clúster Y Su Impacto En El Perfil Crediticio Y Exportador De Los Productores De Orégano De La Región TACNA* [UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA].
http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/6302/TESIS_MEDINA%20SANCHEZ%20ALEJANDRO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Savoie, A. 2009. *A model for regional technology based economic development*. Doctoral dissertation, University of New Orleans
- SUNAT. (2022). *CARACTERÍSTICAS DE LA MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS*.
Sunat.gob.pe. <https://www.sunat.gob.pe/orientacion/Mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html>
- Torres Zorrilla, J. (2003). *CLÚSTERS DE LA INDUSTRIA EN EL PERÚ* [Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP)].
<http://files.pucp.edu.pe/departamento/economia/DDD228.pdf>
- Valdez Fabio (2019). *Factores condicionantes del sector textil en la competitividad empresarial de las mypes del clúster de gamarra – 2018*. Recuperado de Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/3138/TESIS%20FABIO%20VALDEZ%20RETO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vilchez, N. (2014). *Diseños no experimentales de investigación*.
https://www.academia.edu/9823233/Dise%C3%B1os_no_experimentales_de_investigaci%C3%B3n
- Yrigoyen, J. I. (2013). Explorando Distintos Tipos de Innovación en Micro y Pequeñas Empresas Peruanas. *Journal of Technology Management & Innovation*, 8, 123–124. <https://doi.org/10.4067/s0718-27242013000300062>

Zapata Guerrero, E. E., (2004). LAS PYMES Y SU PROBLEMÁTICA EMPRESARIAL. Análisis de casos. *REVISTA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS*, (52), 119-135.
<https://www.redalyc.org/pdf/206/20605209.pdf>

Zapata, Édgar Enrique (2004). Las PyMES y su problemática empresarial. Analisis de casos. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (52),119-135. ISSN: 0120-8160. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20605209>

ANEXOS

ANEXO N° 1:

Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA			
AUTOR		BAÑOS ÁLVAREZ, Elvis Jhonatan	
TÍTULO: Condiciones de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre provincia de Huanta – Ayacucho en el 2022			
PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA
1. Problema general:	1. Objetivo general:	1. Variable 1:	1. Tipo
¿Cómo son las condiciones de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022?	Describir las condiciones de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022.	Condiciones de la creación de clúster	Descriptivo
2. problemas específicos:	2. objetivos específicos :		2. Enfoque
¿Cómo es la condición cooperación de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022?	Describir la condición cooperación de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022.		Cuantitativo
¿Cómo es la condición del conocimiento de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022?	Describir la condición del conocimiento de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022.	2. Dimensiones	3. Diseño
¿Cómo es la condición de la competitividad de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022?	Describir la condición de la competitividad de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022.	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperación. • Conocimiento. • Competitividad. • Financiera. 	4. Nivel
¿Cómo es la condición financiera de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022?	Describir la condición del entorno financiera de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre, provincia de Huanta, Ayacucho en el 2022.		Transversal

ANEXO N° 2

MATRIZ DE OPERACIÓN DE LA VARIABLE

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	SUB DIMENSIONES	ÍTEMS
Condiciones de la creación de un clúster	El clúster, es la asociación de empresas en un mismo sector geográfico para impulsar la competitividad y desarrollo de las empresas. Entender las condiciones de la creación de un clúster es importante para saber la viabilidad del proyecto.	En esta investigación se busca describir cómo son las condiciones de la creación de clúster de Mypes del sector comercio del distrito de Canayre, como instrumento de medición se utiliza los cuestionarios de Javier, D. & INEI.	Cooperación	Las Mypes desarrollan una cultura empresarial asociativa	8 ítems
				Confianza entre las Mypes	5 ítems
			Conocimiento	Las Mypes adquieren conocimientos e implementan tecnologías innovadoras	9 ítems
				Las Mypes innovan e implementan su conocimiento sobre tecnologías de información y comunicación (TIC)	6 ítems
			Competitividad	Incremento de la productividad de las Mypes	4 ítems
				Competencia de los Mypes	6 ítems
			Financiero	Las Mypes incrementan su acceso a información del sistema financiero	4 ítems
				Las Mypes acceden a los servicios financieros	6 ítems

Fuente: Adaptado de Gómez (2017) e INEI (2013)

ANEXO N° 3

CUESTIONARIO SOBRE LAS CONDICIONES DE LA CREACIÓN DE CLÚSTER

La presente encuesta se realiza con fines de investigación académico (tesis) lo cual se mantendrá en estricta confidencialidad, la encuesta se realiza con el objetivo de obtener información y describir las condiciones de la creación de un clúster entre las Mypes del distrito de Canayre.

Contestar las siguientes preguntas marcando y/o describiendo su respuesta según su criterio en las áreas señaladas, **gracias por participar.**

Nombre de la empresa	
Sector de la empresa	
Cantidad de empleados	
Nombre del encuestado (Opcional)	
Puesto que ocupa para empresa	
Teléfono	
Correo electrónico (opcional)	
Dirección	

Marque con una X o circule la(s) respuesta(s)

I. COOPERACIÓN

1.1. LAS MYPES DESARROLLAN UNA CULTURA EMPRESARIAL ASOCIATIVA

1. ¿En los últimos años su empresa perteneció a alguna organización o agrupación entre Mypes con fines empresariales? (Si la respuesta es NO pase a la pregunta 8)

SI	NO
----	----

2. A qué tipo de organización o agrupación se incorporó (lea y seleccione una o más alternativas)

Asociación	
Cooperativa	
consorcio	
Grupo sin persona jurídica (Grupo informal)	

3. ¿Cuáles fueron los motivos por los que se incorporó a una o más organizaciones o agrupaciones?

Para negociar con proveedores	
Para acceder a servicios financieros	
Para acceder a mercados	
Para acceder a información y asistencia técnica	

4. ¿Número de empresas del mismo segmento (mismo negocio que el tuyo) con el que se relaciona?

1	
2	
3	
4	
5 a más	

5. ¿Está de acuerdo, en que la asociación a la que pertenece fomenta la cooperación?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutro	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	--------	---------------	--------------------------

6. ¿De qué institución(es) recibió la información o consejería, para integrar la organización o agrupación?

Mencione la/las institución(es)	
---------------------------------	--

7. ¿Está de acuerdo, que para cooperar con otros empresarios de su mismo sector es necesario hacer acuerdos formales?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutro	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	--------	---------------	--------------------------

8. ¿Por qué no se incorporó a una organización o agrupación? lea y seleccione una o más alternativas)

Falta de conocimiento (información)	
Limita el acceso a los servicios	
Perdida de la confidencialidad de mi negocio	
No recibiría beneficios	

1.2. CONFIANZA ENTRE LAS MYPES

1. ¿Considera que la responsabilidad de los integrantes del clúster (asociación) es importante para colaborar?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutro	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	--------	---------------	--------------------------

2. ¿Está de acuerdo, en que la información que comparte con otras Mypes puede ser usada en su contra?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutro	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	--------	---------------	--------------------------

3. ¿Está de acuerdo, con la forma de trabajar de los empresarios de los demás Mypes que se relaciona?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutro	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	--------	---------------	--------------------------

4. ¿Está de acuerdo, en que de los beneficios obtenidos de un clúster (asociación) se benefician de manera equitativa todos los integrantes?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutro	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	--------	---------------	--------------------------

5. ¿Está de acuerdo, en que el apoyo que brinda es reciproco por parte de otros empresarios de las Mypes?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutro	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	--------	---------------	--------------------------

II. CONOCIMIENTO

2.1. LAS MYPES ADOPTAN E IMPLEMENTAN TECNOLOGÍAS INNOVADORAS PARA MEJORAR PROCESOS PRODUCTIVOS

1. ¿Participo de proyectos, eventos, seminarios y cursos de formación para adquirir más conocimientos? (si No participo pase a la pregunta 9)

SI	NO
----	----

2. ¿Los conocimientos que busca se enfocan en mejorar la calidad de su empresa?

SI	NO
----	----

3. ¿Los conocimientos que busca se enfocan en mejorar la competitividad de su empresa?

SI	NO
----	----

4. ¿Los conocimientos que busca se enfocan para certificación? (Nivel de calidad, medioambiental, de prevención y riesgos laborales, etc.)

SI	NO
----	----

5. ¿Los conocimientos que busca se enfocan a la fidelidad del cliente?

SI	NO
----	----

6. ¿Dónde recibe o adquiere el conocimiento para mejorar el desempeño de su empresa? (lea y seleccione una o más alternativas)

Ferias y exposiciones comerciales	
Mediante instituciones estatales	
Cursos privados	
Internet (diferentes plataformas)	

7. ¿Tiene algún mecanismo o instrumento para recoger información de sus clientes?

SI	NO
----	----

8. ¿Usted comparte y recibe información de empresas de su mismo sector comercial?

SI	NO
----	----

9. ¿Por qué no participó en proyectos, eventos, seminarios y cursos de formación para adquirir más conocimientos?

No creyó que fuera necesario	
Falta de recursos económicos	
No hay en el distrito donde está ubicado su empresa	

2.2. LAS MYPES INNOVAN E IMPLEMENTAN SU CONOCIMIENTO SOBRE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TICS)

1. ¿Utiliza algún software (programa informático) especializado en su empresa? (Si la respuesta es NO pase a la pregunta 3)

SI	NO
----	----

2. ¿Capacita a su personal en los softwares que utiliza su empresa?

SI	NO
----	----

3. ¿Considera importante utilizar las redes sociales para promover la empresa?

Muy importante	Importante	Neutro	Poco importante	Nada importante
----------------	------------	--------	-----------------	-----------------

4. ¿Frecuencia de uso de las redes sociales para promover la empresa?

Diario	
Semanal	
Mensual	

5. ¿En los últimos años ha adquirido equipos o maquinarias para su empresa?

SI	NO
----	----

6. ¿La empresa designa recursos para procesos de innovación tecnológico para mejorar su empresa?

SI	NO
----	----

III. COMPETITIVIDAD

3.1. INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD DE LAS MYPES

1. ¿Porcentaje de personas que regresan a su establecimiento?

0 a 25 %	
25 a 50%	
50 a 75%	
75 a 100%	

2. ¿Porcentaje de personas que recomiendan sus servicios?

0 a 25 %	
25 a 50%	
50 a 75%	
75 a 100%	

3. ¿En qué porcentaje ha mejorado la rentabilidad con el año anterior de la empresa? (cuanto más gana respecto al año anterior)

0 a 25 %	
25 a 50%	
50 a 75%	
75 a 100%	

4. ¿Cuál es el rango de utilidad (ganancia neta) anual de la empresa?

Monto en soles	S/
----------------	----

3.2. COMPETENCIA DE LOS MYPES

1. ¿En los últimos años formó alianzas con proveedores, clientes, empresas de servicios, etc. para tener mayor desarrollo empresarial? (si la respuesta es NO pase a la pregunta 6)

SI	NO
----	----

2. ¿Cuántas alianzas formo en los dos últimos años?

1	
2	
3	
4 a más	

3. ¿El objetivo de la alianza fue reducir costos?

SI	NO
----	----

4. ¿El objetivo de la alianza fue ofrecer un producto diferenciado a lo habitual?

SI	NO
----	----

5. ¿Las alianzas las establece con los mismos empresarios?

SI	NO
----	----

6. ¿Por qué no formo alianzas (lea y seleccione una o más alternativas)

No cree que sea necesario	
No obtiene beneficios importantes	
Desconoce de qué se trata las alianzas	

IV. FINANCIERO

4.1. LAS MYPES INCREMENTAN SU ACCESO A INFORMACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO

1. ¿Participo usted en algún evento de capacitación o tuvo acceso a información relacionada con la oferta de servicios de micro finanzas? Le ofrecieron algún préstamo.

SI	NO
----	----

2. ¿Cuáles son los criterios más importantes para influenciar para decisión de tomar el préstamo financiero solicitado para su empresa? (lea y seleccione una o más alternativas)

Tasas de interés	
Plazos de pago	
Garantías solicitadas	
Gastos asociados al crédito	
Prestigio de la entidad financiera	
Recomendaciones de terceros	

3. ¿En su localidad, que tipo de institución presta servicios de financiamiento a las Mypes? (lea y seleccione una o más alternativas)

Banco	
Caja municipal	
Caja rural	
Cooperativas de crédito	
AGROBANCO	

4. ¿En su localidad, que productos conoce usted que ofertan las instituciones financieras para las Mypes? (lea y seleccione una o más alternativas)

Créditos para capital de trabajo	
Créditos para la inversión en activo fijo	
Seguros	
Ahorros	
No conoce	

4.2. LAS MYPES ACCEDEN A LOS SERVICIOS FINANCIEROS INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD.

1. ¿Durante el año 2022, su empresa accedió a algún tipo de financiamiento? (Si la respuesta es NO LO SOLICITE de por concluido la encuesta)

Si accedí	
No accedí	
No lo solicite	

2. ¿Cuáles fueron las dificultades que tuvo para no acceder al financiamiento solicitado? (lea y seleccione una o más alternativas)

Presentar garantías (hipotecarias/avales)	
Demostrar ingresos de la empresa	
Cumplir con la documentación exigida	
Calificación de centrales de riesgo	
No tuve dificultades	

3. ¿Estas conforme con el financiamiento recibido?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Neutro	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	------------	--------	---------------	--------------------------

4. ¿Porque no está conforme con el financiamiento recibido? (lea y seleccione una o más alternativas)

No me otorgaron el monto que solicite	
Altos intereses	
Altas comisiones	
Me lo dieron tarde	
Periodo de gracia muy corto	

5. ¿En qué tipo de institución obtuvo el financiamiento? (lea y seleccione una o más alternativas)

Banco	
Caja municipal	
Caja rural	
Cooperativas de crédito	
AGROBANCO	


6. ¿Cuál fue el destino o uso que le dio al financiamiento recibido? (lea y seleccione una o más alternativas)

Para capital de trabajo	
Para inversión en activos fijos	
Gastos personales	

ANEXO N° 4

VALIDACIONES

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la Investigación:		Condiciones de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre provincia de Huanta, Ayacucho, en el 2022		
Línea de Investigación:		Desarrollo Sostenible		
Apellidos y nombres del experto:		Carlos Alberto Alvarez Sanchez		
El instrumento de medición pertenece a las variables		Condiciones de la creación de clúster		
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. Tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencia, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre las variables en estudio.				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Sugerencias				
				

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la Investigación:		Condiciones de la creación de clúster de Mypes del sector comercio en el distrito de Canayre provincia de Huanta, Ayacucho, en el 2022		
Línea de Investigación:		Desarrollo Sostenible		
Apellidos y nombres del experto:		Gisela Fernandez Hurtado		
El instrumento de medición pertenece a las variables		Condiciones de la creación de clúster		
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. Tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una 'x' en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencia, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre las variables en estudio.				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Sugerencias				
