Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América
Facultad de Ciencias Contables
Escuela Profesional de Contabilidad

Factores que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 – 2023

TESIS

Para optar el Título Profesional de Contadora Pública

AUTOR

Rubi Jhomayra HUAMAN FERNANDEZ

ASESOR

Dr. Julio Alberto HENNINGS OTOYA

Lima, Perú

2024



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Huaman, R. (2024). *Factores que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 – 2023*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Contables, Escuela Profesional de Contabilidad]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

Metadatos complementarios

Datos de autor	
Nombres y apellidos	Rubi Jhomayra Huaman Fernandez
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	75211002
URL de ORCID	-
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	Julio Alberto Hennings Otoya
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	08806920
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-4195-5159
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	Yanette Armida Baca Morante
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	08531847
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	Luisa Graciela Ponce Maluquish
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	09474851
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	Roberto Bernardino Neyra Urquiza
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	00479212
Datos de investigación	
Línea de investigación	D.11.0.11 Las finanzas en las pymes

Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	Edificio: Facultad de Ciencias Contables País: Perú Departamento: Lima Provincia: Lima Distrito: Lima Calle: Carlos Germán Amezaga 375 Latitud: -12.05600 Longitud: -77.08433
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Julio 2024 - Octubre 2024
URL de disciplinas OCDE	Negocios, Administración https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04

Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Universidad del Perú, Decana de América

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
DIRECCIÓN DE ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

ACTA N.°126-FCC-D-2024

SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADORA PÚBLICA

En la Ciudad Universitaria, a los veintiuno días del mes de octubre del 2024, siendo las 11:00 horas, en cumplimiento con lo dispuesto en la Resolución Rectoral N° 00744-R-20 de fecha 18 de febrero del 2020, que aprueba la "DIRECTIVA GENERAL PARA REALIZAR, PRESENTAR Y SUSTENTAR EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER, LA TESIS O EL TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS", se reunieron el Jurado Evaluador designado, en el Salón de Grados (1er. piso) de la Facultad de Ciencias Contables de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, según la Resolución Decanal N° 001929-2024-D-FCC/UNMSM y N° 001973-2024-D-FCC/UNMSM de fecha 22 y 24 de octubre del 2024 respectivamente, conformado por los siguientes docentes:

PRESIDENTA	:	Dra. Yanette Armida Baca Morante
MIEMBROS	:	Mag. Roberto Bernardino Neyra Urquiza
		Dra. Luisa Graciela Ponce Maluquish
ASESOR	:	Dr. Julio Alberto Hennings Otoya

Quienes procedieron a evaluar y calificar la Sustentación de Tesis titulado: ***"FACTORES QUE INFLUYEN EN ELCRECIMIENTO DE UNA MYPE DE MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE COMPRESIÓN DE GAS NATURAL, 2019 - 2023"***, presentado por Rubi Jhomayra Huaman Fernandez, con código de matrícula N° 18110108, bachiller de la Escuela Profesional de Contabilidad de la citada Facultad; para la obtención del Título Profesional de Contadora Pública.

Habiendo concluido con la sustentación de tesis, el Jurado Evaluador deliberó y emitió la calificación de:

APROBADA

Siendo las 11:55 horas, se dio por concluido la sustentación y leída el presente Acta; procedieron a firmar los integrantes del Jurado Evaluador, en señal de conformidad;

Dra. Yanette Armida Baca Morante
Presidenta

Mag. Roberto Bernardino Neyra Urquiza
Miembro

Dra. Luisa Graciela Ponce Maluquish
Miembro

Dr. Julio Alberto Hennings Otoya
Asesor

Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú, Decana de América

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
DIRECCIÓN DE ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo, Julio Alberto Hennings Otoya, en mi condición de docente asesor designado, mediante Oficio N° 0000427-2024-EPCO-FCC/UNMSM, de fecha 18 de septiembre del 2024, de la tesis titulado: ***"FACTORES QUE INFLUYEN EN EL CRECIMIENTO DE UNA MYPE DE MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE COMPRESIÓN DE GAS NATURAL, 2019 - 2023"***, presentado por Rubi Jhomayra Huaman Fernandez, con código de matrícula N° 18110108, bachiller de la Escuela Profesional de Contabilidad, de la Facultad de Ciencias Contables, de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, para optar el Título Profesional de Contadora Pública.

CERTIFICO que se ha cumplido con lo establecido en la Directiva de Originalidad y de Similitud de Trabajos Académicos, de Investigación y Producción Intelectual. Según la revisión, evaluación y análisis mediante la plataforma PIDS para la detección de similitud textual, el documento evaluado cuenta con el 18% de similitud, nivel **PERMITIDO**, para continuar con los trámites correspondientes y para su **publicación** en el repositorio institucional.

Se emite el presente certificado en cumplimiento de lo establecido en las normas vigentes, como uno de los requisitos para la obtención del Título Profesional correspondiente.

Ciudad Universitaria, octubre del 2024

DR. JULIO ALBERTO HENNINGS OTOYA
ASESOR
DNI N° 08806920



Calle Germán Amézaga N.° 375
Pabellón "F" - Ciencias Contables
Ciudad Universitaria, Lima - Perú

Teléfonos (511) 619-7000 Anexos: 2416,2428
E-mail: epcontabilidad.contables@unmsm.edu.pe

Dedicatoria

A mi familia, por su apoyo incondicional a lo largo de mi vida y por ser luz en medio de la oscuridad.

Agradecimiento

A mis profesores de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, por las enseñanzas y por inculcar en mí la vocación de servicio.

A mis asesores, por su orientación y apoyo a lo largo de este camino.

A mis amigos, por su motivación constante.

ÍNDICE GENERAL

Dedicatoria **2**

Agradecimiento **3**

LISTA DE TABLAS **7**

LISTA DE FIGURAS **8**

RESUMEN **9**

ABSTRACT **10**

I. INTRODUCCIÓN **11**

1.1. Introducción **11**

1.2. Descripción de la realidad problemática **13**

1.3. Definición del problema **15**

1.3.1. Problema general *15*

1.3.2. Problemas específicos *15*

1.4. Objetivos **16**

1.4.1. Objetivo general *16*

1.4.2. Objetivos específicos *16*

1.5. Justificación e importancia de la investigación **16**

1.5.1. Justificación teórica *16*

1.5.2. Justificación práctica *17*

1.6. Aspectos éticos de la investigación **17**

II. REVISIÓN DE LITERATURA **18**

2.1. Antecedentes del estudio 18

2.1.1. Antecedentes internacionales 18

2.1.2. Antecedentes nacionales 20

2.2. Bases teóricas 23

2.2.1. Perspectivas y enfoques sobre el crecimiento empresarial 23

2.2.2. Definición de crecimiento empresarial 24

2.2.3. Medición del crecimiento 26

2.2.4. Modelos por factores de crecimiento 27

2.2.5. Micro y pequeñas empresas 28

2.3. Definición de categorías de análisis 29

2.3.1. Factores para el crecimiento empresarial 29

III. SUPUESTOS HIPOTÉTICOS Y CATEGORÍAS 32

3.1. Supuestos hipotéticos 32

3.1.1. Supuesto hipotético general 32

3.2. Sistemas y categorías de análisis 32

IV. MATERIALES Y MÉTODOS 34

4.1. Enfoque de la investigación 34

4.2. Diseño de la investigación 34

4.3. Credibilidad de la investigación 34

4.4. Sujetos de estudio 35

4.5. Procedimiento, técnicas e instrumentos de recolección de información 35

4.6. Análisis de datos 36

V. RESULTADOS 37

VI. DISCUSIÓN 50

6.1. Aporte de la investigación 50

6.2. Comparación de los resultados de la investigación con estudios previos 50

6.3. Validación de la teoría referente 55

6.4. Limitaciones del estudio 55

6.5. Agenda futura de la investigación 55

CONCLUSIONES 56

RECOMENDACIONES 58

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 59

ANEXOS 64

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Características de las MYPEs…… 29

Tabla 2: Categorías y subcategorías…… 32

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Medidas de crecimiento……. 26

Figura 2: Variación de las ventas, 2019 – 2023……. 37

Figura 3: Variación del activo total neto, 2019 – 2023…….. 38

Figura 4: Variación del número de trabajadores, 2019 – 2023…….. 38

Figura 5: Mapa conceptual de categorías y subcategorías……. 39

RESUMEN

El **objetivo** es explicar los factores que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019-2023, ello en base al modelo de factores de crecimiento de Machado. La **metodología** es de enfoque cualitativo, diseño fenomenológico y se utilizaron la entrevista a profundidad y la revisión documental como técnicas de recopilación de información, en las entrevistas participaron el gerente y tres colaboradores de las áreas de administración, contabilidad y mantenimiento. Para el procesamiento de información se empleó el software Atlas.ti. Los **resultados** revelaron en el grupo agente; que el gerente cuenta con preparación académica, amplia experiencia en el sector y alta motivación para orientar a la empresa hacia el crecimiento, en negocio; la empresa ha mejorado el servicio que presta, cuenta con personal capacitado y empleó el financiamiento externo para la adquisición de activos, y en entorno; la demanda ha bajado en los últimos meses, las barreras de entrada en el sector son capital, personal especializado y requisitos legales y se cuenta con buena relación con los stakeholders. Se **concluyó** que los factores que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural son en el grupo agente; educación, experiencia, inserción en redes de contacto y motivación de crecimiento, en negocio; innovación y desarrollo de servicios, financiamiento y estrategia de recursos humanos, y en entorno; condiciones de la oferta y la demanda del mercado, barreras de entrada al sector e importancia de los stakeholders.

Palabras clave: Factores, Crecimiento Empresarial, Mype.

ABSTRACT

The **objective** is to explain the factors that influence the growth of a natural gas compression equipment maintenance mype, 2019-2023, based on Machado's growth factors model. The **methodology** was qualitative, phenomenological design and in-depth interviews and documentary review were used as information gathering techniques. The manager and three collaborators from the areas of administration, accounting and maintenance participated in the interviews. Atlas.ti software was used to process information. The **results** revealed in the agent group; that the manager has academic preparation, extensive experience in the sector and high motivation to guide the company towards growth in business; the company has improved the service it provides, has trained personnel and used external financing for the acquisition of assets, and in the environment; demand has decreased in recent months, the barriers to entry in the sector are capital, specialized personnel and legal requirements, and there is a good relationship with stakeholders. The **conclusion** was that the factors that influence the growth of a natural gas compression equipment maintenance mype are in the agent group; education, experience, insertion in contact networks and motivation for growth, in business; innovation and development of services, financing and human resources strategy, and the environment; market supply and demand conditions, entry barriers to the sector and importance of stakeholders.

Keywords: Factors, Business Growth, Mype.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Introducción

Con frecuencia se emplean términos como mype, pyme o mipyme como sinónimos, sin embargo, estas hacen referencias a distintos grupos de empresas, es así como mype agrupa a las micro y pequeñas empresas; pyme, a las pequeñas y medianas empresas, y mipyme, a las micro, pequeñas y medianas empresas.

Las micro y pequeñas empresas (mypes) son el motor de crecimiento de la economía peruana y desempeñan un rol fundamental en el desarrollo productivo del país. En el 2022, representaron el 96,4% de las empresas, lo que reafirma su importancia en el ámbito empresarial del país, su contribución a los ingresos familiares y su rol como componente clave de la economía peruana (Sociedad de Comercio Exterior [Comex], 2024). No obstante, el Ministerio de Producción (PRODUCE, 2024) señala que se evidencia una baja movilidad del crecimiento de las mypes, ya que, del total de microempresas operativas en el 2013, el 95,8% ha permanecido con el mismo tamaño hasta el 2022. Esta baja movilidad podría sugerir que las microempresas enfrentan dificultades para crecer con el tiempo, lo cual puede estar vinculado al acceso a recursos, limitaciones financieras, competencia en el mercado u otros factores.

El presente estudio se lleva a cabo teniendo en cuenta lo mencionado con anterioridad mediante el estudio de caso de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, la cual, pese a las dificultades, ha crecido en ventas, activos y número de trabajadores. Este estudio tiene como objetivo general explicar los factores que han influido en este crecimiento. Por ello, a continuación, se detallan los capítulos de la presente tesis.

Se inicia el desarrollo de la tesis con el capítulo I, que comprende la descripción de la realidad problemática, la definición del problema, los objetivos, la justificación e importancia y los aspectos éticos de la investigación.

En el capítulo II, se presentaron los antecedentes a nivel internacional y nacional, la base teórica, así como también, la definición de categorías de análisis.

En el capítulo III, se planteó el supuesto hipotético que guio la investigación, detallando los sistemas y categoría de análisis.

En el capítulo IV se determina los materiales y métodos del estudio, identificando para ello el enfoque, el diseño y la credibilidad de la investigación, así como los sujetos de estudio, los procedimientos, técnicas e instrumentos de recolección de información y la manera en la que se analizaron los datos.

En el capítulo V se realizó la presentación y análisis de los resultados obtenidos de la investigación, en concordancia con las entrevistas realizadas y la documentación obtenida.

En el capítulo VI, se realizó una discusión de los resultados, interpretándolos en relación con los objetivos de la investigación y conectándolos con conceptos previamente revisados en la literatura.

Finalmente, se presentaron las conclusiones, las recomendaciones, las referencias bibliográficas y los anexos.

1.2. Descripción de la realidad problemática

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) son una pieza fundamental de la estructura productiva en Latinoamérica: constituyen alrededor del 99% de la totalidad de empresas y brindan empleo a aproximadamente el 67% de la totalidad de trabajadores. Empero, su aporte al PBI es parcialmente baja, lo cual evidencia problemas en los niveles de productividad de estas (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2023).

El Banco de Desarrollo de América Latina y El Caribe (CAF, 2024) sostiene que el acceso desigual al financiamiento por parte de las pymes es una gran preocupación ya que resulta importante para su crecimiento y productividad. Este grupo de empresas expresa su preocupación también por temas relacionados a la inflación, el apoyo de las instituciones del Estado, así como descontento por temas políticos o socioeconómicos.

En ese sentido, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico, el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe y el Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (OECD, CAF y SELA, 2024) señalan que los bajos niveles de productividad de las pymes de América Latina responden a factores como las escasas capacidades productivas, la informalidad y la especialización en materias primas. Así también, refieren que casi la mitad de las pymes funcionan de manera informal y enfrentan dificultades para acceder a personal capacitado, así como a infraestructura y habilidades de gestión y tecnología.

En base a lo anteriormente comentado, se puede observar que las mypes son un elemento fundamental de la economía latinoamericana y ejercen un rol importante dentro de la misma. Sin embargo, se hace hincapié que este grupo presenta dificultades para su desarrollo y crecimiento,

siendo algunas de estas, el acceso al financiamiento, el apoyo de instituciones del Estado, limitadas capacidades productivas e informalidad.

Según Comex (2024), el sector privado en el Perú está compuesto principalmente por los micro y pequeños negocios y su participación a lo largo de los años, ha sido cuantitativamente importante, superando el 91%, lo cual reafirma su relevancia en el tejido empresarial peruano. Así también, señala que según cifras de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO), en el 2022 se registraron más de seis millones de mypes localizadas a lo largo y ancho del territorio peruano, lo que representó el 96.4% de las empresas peruanas y en la que el sector servicios ocupa el 49%.

PRODUCE (2024) señala que la recuperación de las micro, pequeña y medianas empresas (mipymes) tras la pandemia, se debió a las políticas implementadas por el gobierno peruano. Agrega que, en el 2022 las mipymes han presentado una desaceleración en el crecimiento respecto al 2021, ello producto de las continuas crisis que se fueron presentando como la COVID-19 y el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, las cuales generaron inestabilidad social y económica que se vieron reflejados en incrementos sostenidos de inflación e interrupciones de la cadena de suministro.

CAF (2023) señala que, las mipymes en Perú, a diario afrontan muchos retos y dificultades en el mercado local, por ejemplo; los bajos niveles de productividad, personal no calificado, difícil acceso a crédito, entre otros.

En ese escenario, la empresa analizada en este estudio es una pequeña empresa del sector servicios, especializada en mantenimiento de equipos de compresión de gas natural y venta de repuestos originales multimarca. La empresa desde sus inicios hasta la actualidad ha enfrentado adversidades producto de factores internos como externos. Por supuesto, no fue ajena a problemas

derivados de la crisis por COVID-19, a consecuencia de ello, en el año 2020, las ventas cayeron considerablemente respecto al año anterior, puesto que el 80% de sus clientes eran grifos y muchos de estos dejaron de operar, a ello se le sumaron problemas como el cierre de contratos antes de lo previsto, la gestión del personal de campo, entre otros.

Pese a presentarse esta problemática la empresa, con excepción del periodo 2020, en el cual presentó una caída del 29% en sus ventas respecto al periodo anterior, ha seguido en un constante crecimiento hasta el 2023. Ello se refleja en el incremento de las ventas, activos y cantidad de trabajadores. Por tanto, la investigación busca analizar los factores que han contribuido en este crecimiento.

1.3. Definición del problema

1.3.1. Problema general

¿Qué factores influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 - 2023?

1.3.2. Problemas específicos

1. ¿Qué factores de las características del agente influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 - 2023?
2. ¿Qué factores de las características del negocio influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 - 2023?
3. ¿Qué factores de las características del entorno influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 – 2023?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Explicar los factores que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019-2023.

1.4.2. Objetivos específicos

1. Describir los factores de las características del agente que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 - 2023.
2. Describir los factores de las características del negocio que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 - 2023.
3. Describir los factores de las características del entorno que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 - 2023.

1.5. Justificación e importancia de la investigación

1.5.1. Justificación teórica

El presente estudio, a fin de contribuir a la carrera de contabilidad y para los profesionales contables, investiga los factores que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural mediante el modelo de factores de crecimiento de Machado, el cual tiene en cuenta los grupos del agente, negocio y entorno por tanto la presente investigación busca ampliar teóricamente la problemática dado que se carece de estudios en el sector de servicios.

1.5.2. Justificación práctica

Desde una perspectiva práctica, el presente estudio busca explicar los factores que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural a fin de mantener el crecimiento que esta presenta y promover mejoras en esta empresa y otras del mismo sector.

1.6. Aspectos éticos de la investigación

El presente estudio se realizó bajo los lineamientos establecido en el código de ética de la universidad para la elaboración de tesis.

Así también, se realizaron las citas de autores nacionales e internacionales a fin de otorgarles el crédito correspondiente y para la validación de similitud se hizo uso del software Turnitin que mostró un porcentaje que se encuentra dentro de lo establecido por la universidad.

La información presentada en esta investigación es verídica y no ha sufrido alteración alguna en ninguna parte de su desarrollo.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1. Antecedentes internacionales

Caicedo (2023), tuvo como objetivo analizar los factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas de Guayaquil. La investigación es de enfoque mixto con un nivel descriptivo y de carácter no experimental y documental. Las técnicas empleadas fueron la entrevista y la encuesta. En los resultados se muestra que los factores clave para el crecimiento de las empresas son las fuentes de financiamiento, el capital humano y la tecnología. El autor concluye que en cuanto al crecimiento a nivel económico y financiero de las micro y pequeñas empresas de Guayaquil se evidencia una estrecha relación con el factor de financiamiento, además el talento humano o la preparación académica de un negocio es un factor importante y el factor tecnológico es fundamental para brindar un servicio de calidad.

Saavedra et al. (2023), tuvieron como objetivo analizar la importancia de las pymes en la economía del Ecuador. La investigación tiene una metodología cuantitativa y cualitativa, es no experimental y se hizo uso del método inductivo – deductivo. Los autores llegaron a la conclusión de que, las pymes requieren financiamiento a fin de permanecer en el mercado y optimizar sus estructuras. En ese sentido, es fundamental considerar este aspecto, ya que es crucial para el crecimiento y la sostenibilidad de las pymes. Un mejor acceso al financiamiento podría generar más empleos y aumentar su contribución a la economía.

Mendoza et al. (2021), tuvieron como objetivo conocer la evolución que las micro, pequeñas y medianas empresas ecuatorianas en el período 2015-2020. La metodología empleada fue de enfoque cualitativo y cuantitativo, naturaleza no experimental, tipo documental y

descriptiva y diseño longitudinal. La técnica empleada fue la revisión documental. Los autores concluyeron que, aunque las mipymes tienen un papel importante en la economía ecuatoriana respecto a la producción de bienes y servicios, así como a la creación de empleo, su desarrollo estructural y funcional no muestra progresos, teniendo como principales limitaciones la falta de planificación estratégica, innovación, la escasa disponibilidad de recursos, el limitado acceso al crédito, débil gestión del conocimiento y apoyo estatal.

Carmona et al. (2020), analizaron los determinantes para el crecimiento empresarial del sector manufacturero de Colombia. La investigación es descriptiva con enfoque cuantitativo, usaron los softwares GeoDa y STATA e hicieron uso del modelo econométrico. Los resultados indicaron que las variables tienen un comportamiento que varía en relación con el nivel de ingresos de los departamentos. En aquellos con ingresos bajos y medios, las variables que afectan el crecimiento empresarial son el costo de ventas y el valor agregado, en contraste, en los departamentos con ingresos altos, las variables relevantes son la formación del personal y el valor agregado. Los autores concluyeron que, en el sector manufacturero colombiano, el valor agregado independientemente del departamento donde esté la empresa traerá consigo mayores ventas.

De la O y Monge (2019), se centraron en identificar los facilitadores y barreras que tienen influencia en el desempeño de las PYMEs en Costa Rica. El estudio es cualitativo y las técnicas empleadas fueron la entrevista en profundidad y el grupo de enfoque. Los resultados fueron: los factores de riesgo de las PYME en Costa Rica son: las condiciones del entorno, la burocracia, la falta de acompañamiento del sector público y privado, ausencia de competencias, entre otros; mientras que, los factores impulsadores del éxito son: habilidades naturales, versatilidad, disciplina, educación, entre otros. Los autores concluyeron que el desempeño de las PYMEs en Costa Rica está influenciado por factores externos al empresario (como la economía, la política y

la sociedad) y por factores personales (incluyendo la formación, las actitudes y el trasfondo familiar emprendedor).

2.1.2. Antecedentes nacionales

Chavez y Zavala (2024) tuvieron como objetivo analizar los factores que influyen en el crecimiento empresarial de Manguitos Shoes. El estudio cuenta con una metodología de enfoque cualitativo, alcance descriptivo, de diseño metodológico estudio de caso y usaron las técnicas de entrevista y la encuesta. El modelo de crecimiento empleado fue de Machado que comprende los grupos de emprendedor, negocio y entorno. Los hallazgos fueron: los factores que tienen influencia en el crecimiento de la empresa, en el grupo emprendedor son; experiencia en el sector, educación y adaptación al cambio, en negocio; cobertura financiera, empleados fidelizados, tamaño y edad de la empresa, innovación e informalidad y en entorno; dinamismo del sector, nivel de demanda y stakeholders. Concluyen que la empresa es sustentable gracias a las características del propietario y de la empresa, aunque hay factores que están teniendo una influencia negativa.

Japura y Fernandez (2023) tuvieron como objetivo determinar el tipo de relación que existe entre los factores determinantes con el crecimiento empresarial de las de las mype textiles del distrito La Victoria en Lima, 2019. La investigación es de enfoque cuantitativo, alcance descriptivo - correlacional, diseño no experimental y la técnica empleada fue la encuesta. El modelo de crecimiento empleado fue de Okpara y Wynn que comprende factores administrativos, operativos y externos. En los resultados se evidencia la existencia de una relación fuerte y significativa entre los factores determinantes y el crecimiento empresarial de las mypes textiles del distrito de La Victoria. Las autoras concluyeron que los factores limitantes del crecimiento de las mype son los administrativos (ausencia de preparación para administrar un negocio), operativos (conocimientos

logísticos pobres) y externos (informalidad), lo que impide que la gran mayoría de estas logre sobrevivir y mantenerse en el mercado.

Carrasco y Chanduvi (2022) tuvieron como objetivo identificar los factores que influyen en el crecimiento empresarial de Artlent Perú. La investigación es de enfoque cualitativo, alcance exploratorio y las técnicas empleadas fueron la observación y la entrevista. El modelo de crecimiento empleado fue de Mesones, Avolio y Roca que comprende factores administrativos, operativos, estratégicos, externos y personales. Las autoras llegaron a la conclusión de que los factores más importantes que afectan el crecimiento de la empresa son los administrativos (la gestión contable y financiera), operativos (la fijación de precios), estratégicos (el acceso al capital) y externos (grado de formalidad).

De la Cruz y Dominguez (2022) tuvieron como objetivo la identificación de los factores de crecimiento empresarial que influyen en las microempresas de confección y comercialización de prendas de vestir en el Emporio Comercial de Gamarra. La investigación es de enfoque cualitativo, alcance descriptivo, la estrategia fue de "caso múltiple holístico" y la técnica usada fue la entrevista. El modelo de crecimiento empleado fue de Machado. Las autoras concluyeron que los factores que tienen influencia en el crecimiento de las empresas estudiadas por parte del agente son; el nivel educativo y la experiencia, para el negocio; la gestión del conocimiento, el desarrollo de competencias directivas, la innovación y el desarrollo de productos y para el entorno; las condiciones del mercado y la disponibilidad de capital.

Paredes y Quispe (2022) tuvieron como objetivo la determinación de los factores que limitan el crecimiento de las mypes de abarrotes en Puerto Maldonado. El tipo de investigación metodológica llevada a cabo fue la recolección de datos sin medición numérica. Los instrumentos que usaron fueron la entrevista, fichas de observación y documentos diversos. Los autores

concluyeron que los factores limitantes para el desarrollo de crecimiento de una mype de abarrotes son los administrativos (personal no capacitado y endeudamiento financiero), externos (ausencia del Estado e informalidad), personales (educación y experiencia), estratégicos (la interrelación vendedor – comprador) y operativos (propaganda e inventariado de las mercaderías).

Rosales y Urbano (2022) tuvieron como objetivo conocer los factores que inciden el crecimiento empresarial de la microempresa del sector textil Cintitass E.I.R.L. La investigación es de enfoque cualitativo, alcance descriptivo y la técnica empleada fue la entrevista. Los modelos de crecimiento empleados fueron los de Machado y Seclen. Las conclusiones señalan que los factores que tienen relevancia para el crecimiento de la empresa estudiada son, para la dimensión agente; inserción de redes de contacto, intenciones de crecimiento, la experiencia y trayectoria, para la dimensión negocio; la gestión de conocimiento, acuerdos comerciales con stakeholders, así como las estrategias de marketing y capacidad de financiamiento, entre otros y para la dimensión entorno; las condiciones de demanda y marco legal. También subrayan la relevancia de las características individuales del propietario y cómo se relaciona con sus redes de contacto para consolidar el crecimiento de la empresa en el sector.

Allende, Jimeno y Choque (2020) tuvieron como objetivo describir los factores que limitan el crecimiento en una empresa familiar de confección y comercialización textil de prendas para niños, Pelito Kids S.A.C. La investigación es de enfoque cualitativo, alcance descriptivo y la técnica empleada fue la entrevista. El modelo de crecimiento empleado fue de Mesones, Avolio y Roca. Las autoras concluyeron que los factores limitantes del crecimiento de la empresa son el nivel educativo del empresario, la planificación estratégica, la capacidad de investigación de mercado, la gestión del marketing, de proveedores y de puestos y funciones, así como la corrupción y las dificultades para acceder a la tecnología.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Perspectivas y enfoques sobre el crecimiento empresarial

Se hace necesario señalar que existe variedad de perspectivas y enfoques a partir de las cuales se puede estudiar el crecimiento empresarial, motivo por el cual se pasará a detallar las más relevantes para el presente estudio.

Penrose (1962), precursora de la perspectiva basada en los recursos se enfoca en la idea de que una empresa es una combinación de recursos productivos diversos. Se contempla como recursos productivos tanto los tangibles (equipos, terrenos, instalaciones, etc.) como los intangibles (directivos, personal de oficina, etc.). La manera en que estos recursos se aplican y utilizan a lo largo del tiempo está influenciada por las decisiones administrativas. La autora señala la existencia de recursos con capacidad sobrante que pueden ser aplicados en nuevas áreas, lo que puede impulsar la decisión de crecimiento de la empresa, donde la actitud del empresario juega un papel importante. La autora refiere también que el crecimiento empresarial está impulsado por la búsqueda del beneficio y que es imprescindible para lograr dicho crecimiento la motivación y la decisión del ser humano para afrontar y desarrollar un proyecto empresarial.

La perspectiva basada en la motivación sostiene que el crecimiento se comprende a partir del comportamiento y la actitud del empresario ante el riesgo en situaciones específicas, para tomar decisiones y emprender enfocándose en sus posturas personales para generar un cambio. Esta perspectiva permite comprender la razón por la cual algunos empresarios o directivos toman decisiones de una manera específica o asumen mayores riesgos, especialmente en lo relacionado con el crecimiento empresarial, mientras que otros, que cuentan con recursos similares o incluso mayores, no adoptan una actitud igualmente emprendedora (Aguilera, 2010).

Dentro de los enfoques se cuenta con el estocástico y el determinista, el primero es desarrollado en base a la Ley del efecto proporcional de Gibrat, que propone que el crecimiento de las empresas es un fenómeno aleatorio originado por varios factores que operan de manera proporcional al tamaño de las empresas lo cual implica que tanto una empresa pequeña como una grande tienen igual probabilidad de crecer en términos porcentuales similares. El enfoque determinista, por otro lado, destaca que el crecimiento de una empresa está influenciado por un conjunto de características o factores como los cambios en el entorno general, la dinámica del sector en el que opera, la estrategia empresarial implementada, los recursos disponibles, así como las características y motivaciones de sus propietarios, entre otros aspectos relevantes (Seclen, 2016).

2.2.2. Definición de crecimiento empresarial

Tras revisar la literatura acerca del crecimiento empresarial, se observa ausencia de uniformidad en las diversas definiciones existentes, puesto que los diversos trabajos abordan su estudio desde diferentes enfoques según la disciplina o la opinión del autor. Se ha cometido un error fundamental al intentar definir de manera uniforme algo que, por su propia naturaleza, no puede ser definido de esta forma. El fenómeno del crecimiento empresarial puede ser examinado a partir de diversas perspectivas, como la sociológica, organizativa, económica, financiera, entre otras (Blázquez et al., 2006).

Para Davidsson et. al. (como se citó en Rosales y Urbano, 2021), el crecimiento de la empresa es producto de diversos factores y constituye un paso esencial para mejorar su rentabilidad y alcanzar el éxito en el mercado.

De acuerdo con la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (como se citó en Blázquez et. al., 2006), el crecimiento de la empresa refleja el desarrollo que está

logrando esta, evidenciado en el aumento de las magnitudes económicas que describen su actividad y por las transformaciones observadas en su estructura económica y organizativa. Además, la asociación señala la dificultad de separar los conceptos de crecimiento y desarrollo, debido a que suelen ser resultado conjunto de la tendencia natural del paso del tiempo, la experiencia acumulada y el entorno en el que opera la empresa.

Para Canals (2000), el crecimiento representa un medio para alcanzar otros objetivos y no un objetivo principal de la empresa, de modo que internamente se busque el rendimiento de los factores productivos a través de la eficiencia o en respuesta al entorno competitivo que fuerza a la empresa a expandirse a fin de que en un futuro no pierdan competitividad. El crecimiento es crucial no solamente por su impacto posible en el valor de la empresa, sino también por diversas razones que pueden asegurar la permanencia de la organización. El autor señala que la supervivencia de las empresas a largo plazo en la nueva economía depende de la calidad de personas que la componen, de la innovación y del diseño de ambientes de trabajo que colaboren en captar y retener a profesionales excelentes.

En el presente estudio, para la definición de crecimiento empresarial se tendrá en cuenta a Blázquez (2005), quien señala que el crecimiento de la empresa implica adaptarse a cambios del entorno o impulsados por el espíritu emprendedor del líder, lo que obliga a la empresa a aumentar su capacidad productiva a través de la adquisición o ajuste de recursos nuevos. Esto requiere cambios en la organización que sostengan estas modificaciones, respaldados por una capacidad financiera que asegure competitividad sostenida a largo plazo. Se opta por esta definición ya que unifica distintos conceptos usados por los autores.

2.2.3. Medición del crecimiento

La medición del crecimiento empresarial ha sido abordada por diferentes autores teniendo en cuenta distintas variables. A continuación, mediante la Figura 1, se detallan los principales trabajos que han estudiado dicho asunto:

Figura 1

Medidas de crecimiento.

Variables para medir la dimensión empresarial	Autores
Activo total neto	Albach (1967) Suárez Suárez (1979, 1984) Dunne y Hughes (1994) Carpenter y Petersen (2002) García García (2004)
Número de empleados	Evans (1987) González Núñez (1988) Kraybill y Variyam (1992) Ocaña et al. (1994) Becchetti y Trovato (2002)
Volumen de ventas	Petrakis (1997)
Inversión neta	Maroto Acín (1996) Schianterelli (1996) López Gracia et al. (1999) Raymond et al. (1999)
Inversión bruta	Mato (1989)
Diferencia entre el valor de mercado y el valor contable de la empresa	Varaiya et al. (1987)
Volumen de ventas y valor añadido	Maravall (1984)
Volumen de ventas y activo total	Chittenden et al. (1996)
Activo total neto, ingresos de explotación y valor añadido	González Pérez y Correa Rodríguez (1998)
Número de empleados, ventas y activo total	Lang et al. (1996)
	Heshmati (2001)
Número de empleados, ventas y rentabilidad	Birley y Westhead (1990)
Número de empleados, volumen de ventas, activo total y valor añadido	Calvet et al. (1989)
Número de empleados, volumen de ventas, fondos propios y valor añadido	Antón Martín et al. (1990)
Valor multicriterio	Bueno Campos et al. (1984) Bueno Campos y Lamothe Fernández (1986) Correa Rodríguez (1999) Correa Rodríguez et al. (2001)

Fuente: Blázquez, Dorta y Verona (2006).

Como se evidencia en la Figura 1, existe disparidad de criterios para medir la dimensión empresarial, lo cual hace complejo determinar las variables más adecuadas para su medición. La adopción de los criterios cambia dependiendo del objetivo del estudio en ciertos casos y de la accesibilidad de los datos en otros. Teniendo en cuenta lo anteriormente señalado, si bien el presente estudio tiene por objetivo explicar los factores que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural entre los periodos del 2019 al 2023, resulta importante señalar que se evidencia el crecimiento de la empresa teniendo en cuenta los valores de las ventas, del activo total neto y de la cantidad de trabajadores como se mostrará en el capítulo de resultados.

2.2.4. Modelos por factores de crecimiento

A continuación, se presentan los modelos por factores de crecimiento que fueron empleados en las investigaciones descritas en la sección de antecedentes:

- Modelo de Okpara y Wynn (2007): Los autores examinaron los factores que limitan el crecimiento de las pequeñas empresas. Su estudio analiza el desarrollo de las mypes, clasificando los problemas que enfrentan en categorías administrativas, operativas, estratégicas y externas. Los problemas de índole administrativo hacen referencia a la estructura organizativa, aborda aspectos financieros, manejo del personal y la gerencia del negocio. Los problemas operativos se centran en la distribución eficiente de recursos y tiene relación con áreas de marketing, operaciones y logística. Los problemas estratégicos hacen referencia a la capacidad de los pequeños empresarios para adaptar sus productos o servicios a las necesidades del mercado. Los problemas externos implican corrupción, infraestructura, baja demanda y tecnología.

- Modelo de Avolio, Mesones y Roca (2011): Los autores toman como base al modelo de Okpara y Wynn para explicar los factores que tienen repercusión en el crecimiento empresarial de las mypes, a dicho modelo incluyen los factores personales. En ese sentido, el modelo considera lo siguiente: factores administrativos (manejo de recursos humanos, aspectos contables y financieros, gestión administrativa y capacitaciones), factores operativos (estrategias de marketing, fijación de precios, producción, control de inventarios y proveedores), factores estratégicos (accesibilidad al capital, investigación de mercado, planeamiento a largo plazo, corrupción e informalidad), factores externos (tecnología, competencia y el Estado) y para los factores personales (motivación por parte de terceros, educación y experiencia).
- Modelo de Machado (2016): El autor se enfoca en comprender el fenómeno del crecimiento de las pequeñas empresas, puesto que son estas las que requieren sobrevivir en el mercado, en ese escenario, presenta un modelo integrador dividida en tres grupos: agente, negocio y entorno e incluyendo en cada uno de estos grupos los factores relacionados con estos. En el grupo agente se contempla los factores que influyen en el propietario de la empresa, en negocio; a los factores que influyen en la empresa y a quienes la componen, y en entorno; al estudio del contexto en el cual se desenvuelve la empresa y sus partes interesadas.

2.2.5. Micro y pequeñas empresas

El artículo 2 de la Ley Nº 28015, conocida como "Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa", establece que la micro y pequeña empresa es una unidad económica formada por una persona natural o jurídica, organizada bajo cualquier modalidad de gestión empresarial permitida por la legislación vigente, y cuyo propósito es llevar a cabo actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. El

artículo 3 de la citada ley señala que las mype deben reunir las siguientes características concurrentes:

Tabla 1

Características de las MYPEs.

Criterio	Nº de trabajadores	Ventas
Microempresa	1 - 10 trabajadores	Hasta 150 UIT*
Pequeña empresa	1 - 100 trabajadores	Hasta 1700 UIT*

Nota. Datos tomados de la Ley N° 28015.

(*) La UIT para el año 2023 es de S/ 4,950.00

En Perú, para el año 2022, el 49% de las mypes estaban dedicadas a sectores relacionados con servicios, por ejemplo, servicios de consultoría, técnicos, contables, entre otros. Entre los años 2016 y 2019 se evidenció un crecimiento ininterrumpido a una tasa del 5,3%. A pesar de que la pandemia golpeó fuertemente a las empresas con menores recursos, como lo son las mypes, el número de estas que pertenecen al sector servicios para el 2022, se incrementó en 15,2% respecto del 2021. Así también, dentro de las características de las mypes del sector servicios se tiene que, los dueños de estas empresas poseen un nivel educativo significativamente mayor al del resto de los microempresarios. Y el 50,3% de las mypes de este rubro cuenta con un producto financiero formal lo cual evidencia su avance en la inclusión financiera (Comex, 2024).

2.3. Definición de categorías de análisis

2.3.1. Factores para el crecimiento empresarial

En la literatura se evidencian diversos modelos para explicar los factores del crecimiento empresarial; sin embargo, teniendo en consideración la información sobre la experiencia del

gerente en el sector, el posicionamiento de la empresa y las condiciones del mercado, se seleccionó el modelo de Machado a fin de identificar los factores que influyen en el crecimiento de una mype dedicada a prestar servicios de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, ello debido a que el modelo estudia los factores del crecimiento empresarial teniendo en cuenta un modelo multidimensional donde se encuentran los grupos de agente, negocio y entorno.

2.3.1.1. Agente

Dentro del grupo agente se abordan los factores que influyen en el propietario de la empresa, dentro de los cuales se establecen factores como: nivel de educación, experiencia dentro del sector y en anteriores empresas, posición en carrera profesional, inserción en redes de contacto, edad, temor al fracaso, objetivos personales, aspiraciones de crecimiento y aspiraciones previas de crecimiento, motivación de crecimiento, intenciones de crecimiento, expectativas de crecimiento y equilibrio entre el trabajo y familia. En el presente estudio el agente es el gerente de la empresa, ya que, como en muchas realidades de las mypes de nuestro país, es el dueño o propietario quien cumple el rol de gerente y toma las decisiones dentro de la empresa.

2.3.1.2. Negocio

El grupo negocio se centra en los factores y condiciones que influyen en la empresa y sus componentes internos, dentro de esta encontramos factores como: el tamaño y edad de la empresa, ubicación geográfica, aprendizaje y experiencia, misión y compromiso de la empresa hacia el crecimiento, innovación y desarrollo de productos y servicios, contratación de consultores y expertos, desarrollo de las competencias de gestión, estrategias recursos humanos, estrategias de marketing, redes y proyectos en conjunto con proveedores, exportación e internacionalización, franquicias, fusiones, adquisiciones y alianzas estratégicas.

2.3.1.3. Entorno

El grupo entorno se distingue por el estudio del contexto en el que opera la empresa y sus partes interesadas, encontramos factores como: las condiciones de oferta y demanda del mercado, dinamismo del sector y barreras de entrada, inversiones y capital de riesgo, universidades y mecanismos de transferencia de tecnología, disponibilidad y facilidad de acceso a los recursos, importancia de los stakeholders, importancia de los lazos familiares, redes, alianzas y red de empresas, políticas públicas y políticas nacionales o locales de apoyo a las empresas.

En base a las características del sujeto de estudio, es decir, la empresa de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, se seleccionaron determinados factores del modelo de Machado teniendo en cuenta el criterio de su aplicabilidad, los cuales se señalan en la Tabla 2. Así también, tras la revisión de la literatura, dentro de los factores que más se ha comentado como un limitante para el crecimiento de empresas de menor tamaño se hace mención del financiamiento, motivo por el cual se incluye en el grupo negocio a fin de describir cómo ha influido en el crecimiento de la empresa.

III. SUPUESTOS HIPOTÉTICOS Y CATEGORÍAS

3.1. Supuestos hipotéticos

3.1.1. Supuesto hipotético general

Los factores que permiten el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019-2023 son aquellas que se encuentran dentro de las características y desempeño del agente, negocio y entorno.

3.2. Sistemas y categorías de análisis

Tabla 2

Categorías y subcategorías.

Categorías	Subcategorías	Características
Factores para el crecimiento empresarial	Agente	- Educación: Nivel educativo. -Experiencia: Experiencia previa en el sector. - Inserción en redes de contacto: Relación con empresarios del sector. - Motivación de crecimiento: Estímulo para orientar a la empresa hacia el crecimiento.
	Negocio	- Innovación y desarrollo de servicios: Se relaciona con el valor agregado y el uso de tecnología. - Financiamiento: Proceso por el que se proporciona capital a la empresa. - Estrategias de recursos humanos: Capital humano.

	- Estrategias de marketing: Promoción de la empresa.
Entorno	- Condiciones de la oferta y demanda del mercado. - Barreras de entrada al sector. - Importancia de los stakeholders: importancia de los grupos de interés. - Políticas públicas de apoyo a las empresas: normativa local.

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

4.1. Enfoque de la investigación

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación cualitativa se centra en entender los fenómenos al examinarlos desde el punto de vista de los participantes, en su entorno natural y en conexión con su contexto. En ese sentido, la presente investigación se abordó desde este enfoque, siendo un estudio de caso que se centra en explicar los factores que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural.

Acerca del tipo de investigación, Muñoz (2015) refiere que la investigación descriptiva busca detallar las características de un fenómeno u objeto de estudio, así como sus propiedades, atributos, componentes y las relaciones entre ellos. La presente tesis corresponde a este tipo de investigación pues se centra en describir la naturaleza del fenómeno.

4.2. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es fenomenológico puesto que el propósito principal es explorar, describir y entender las experiencias de las personas relacionadas con un fenómeno, así como identificar los aspectos comunes en esas experiencias (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). En tal sentido, se busca capturar la perspectiva subjetiva de los participantes sin imponer interpretaciones teóricas preconcebidas.

4.3. Credibilidad de la investigación

El desarrollo del presente estudio se realizó entre la investigadora, el asesor temático y la asesora metodológica. El trabajo en conjunto tiene como objetivo respaldar la calidad, validez y pertenencia de la información presentada en esta investigación.

La presente tesis es fiable según los estándares y principios éticos de la investigación, dado que se cumplió estrictamente con el protocolo de confidencialidad durante la recolección y análisis de datos; se procedió a solicitar previamente a los entrevistados su consentimiento y se les informó que los datos que fueran brindados serán usados únicamente para fines académicos.

4.4. Sujetos de estudio

Los sujetos de estudio son las personas a las cuales se les realizó las entrevistas, de quiénes se obtuvo la información para la presente investigación. En ese sentido, se consideró como sujetos de estudio a 4 personas: un gerente y tres profesionales que trabajan en la mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, de las áreas de administración, contabilidad y mantenimiento. La selección de los sujetos de estudio se realizó teniendo en cuenta los años a los cuales está enfocado la investigación que va desde el 2019 al 2023, en ese sentido, los entrevistados laboraron en la empresa en este periodo y son personas con experticia que han estado involucrados en el proceso de crecimiento de la empresa desde sus áreas respectivas.

4.5. Procedimiento, técnicas e instrumentos de recolección de información

Para el presente estudio se emplearon las técnicas de la entrevista a profundidad y la revisión documental. La primera es una técnica de la investigación cualitativa estructurado a partir de objetivos concretos cuya finalidad es el estudio minucioso de la información obtenida a través de las conversaciones con los entrevistados (Robles, 2011). En ese marco, el presente estudio busca explorar ampliamente las experiencias, opiniones y perspectivas de los participantes de manera detallada. La segunda técnica se usó para analizar la evolución de las ventas y del activo fijo neto recurriendo para ello a los estados financieros de la empresa de los periodos del 2019 al 2023 a fin de constatar su crecimiento.

El instrumento fue la guía de entrevista, la cual comprendió 10 preguntas relacionadas con las subcategorías de agente, negocio y entorno.

La recolección de información en su mayoría se llevó a cabo de manera presencial en las oficinas de la empresa en el distrito de San Juan de Lurigancho y una a través de llamada telefónica.

4.6. Análisis de datos

Se realizó la transcripción de las cuatro entrevistas realizadas en Microsoft Word. Posteriormente se cargó la información a través del software ATLAS.ti, el cual es un software de ordenamiento de datos empleado en investigaciones cualitativas. En el software se codificaron las entrevistas de acuerdo con la categoría y subcategorías establecidas en la presente investigación, así también se usó para crear redes con dichas categorías y subcategorías para brindar la introducción en los resultados. Posteriormente, se exportó los informes de cada código para realizar un análisis en base a los testimonios de todos los entrevistados con los cuales se procedió a la redacción de los resultados por cada objetivo específico.

V. RESULTADOS

Para partir con el presente estudio, se llevó a cabo un análisis previo de los estados financieros de la mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural de los periodos que abarcan del 2019 al 2023, en la cual se evidencia crecimiento, lo cual dio origen al presente estudio que explica los factores que han contribuido con dicho crecimiento. En ese sentido, resulta importante señalar los criterios que se tuvo en cuenta para indicar que existe un crecimiento, los cuales son las ventas, el activo total neto y número de trabajadores que se pasan a detallar a continuación:

Figura 2

Variación de las ventas, 2019 – 2023.

2019	2020			2021			2022			2023		
S/	S/	Var %	Var S/	S/	Var %	Var S/	S/	Var %	Var S/	S/	Var %	Var S/
2,196,504.00	1,554,331.00	-29%	-642,173.00	3,067,266.00	40%	870,762.00	3,872,771.00	76%	1,676,267.00	S/ 4,777,422.00	118%	2,580,918.00

Como se muestra en la figura precedente, en la cual se comparan las ventas a través de los años teniendo como base el año 2019, se observa que para el año 2020, estas disminuyeron en un 29%, ello debido a la disminución de servicios y el cierre de contratos anticipados por parte de los clientes producto de la crisis sanitaria por Covid – 19. Sin embargo, a partir del 2021 en adelante se evidencia un incremento importante en el nivel de ventas llegando a ascender hasta un 118% en el año 2023, ello debido a que la empresa ha ido sumando clientes a su cartera, entre los cuales se encuentran dos grandes redes de estaciones de servicio de venta de combustibles cuyas facturaciones son importantes para la empresa.

Figura 3

Variación del activo total neto, 2019 – 2023.

2019	2020			2021			2022			2023		
S/	S/	Var %	Var S/	S/	Var %	Var S/	S/	Var %	Var S/	S/	Var %	Var S/
1,164,242.00	1,371,638.00	18%	207,396.00	1,479,221.00	27%	314,979.00	1,919,233.00	65%	754,991.00	S/ 2,402,999.00	106%	1,238,757.00

En cuanto al activo total neto, se evidencia que hay una variación positiva año tras año, llegando a alcanzar un importe de más de 2 millones de soles en el 2023, siendo un incremento de 106% con respecto al 2019. Las principales partidas que tuvieron movimiento fueron mercaderías y propiedad, planta y equipo. Respecto a mercaderías, el incremento corresponde a la adquisición de una mayor cantidad de repuestos de alta rotación que se emplean para los servicios de mantenimiento. Respecto a propiedad, planta y equipo, el incremento se debe a que la empresa fue adquiriendo camionetas en el transcurso de los años, las cuales son empleadas por cada técnico a fin de que estos puedan movilizarse y realizar la atención de los clientes.

Figura 4

Variación del número de trabajadores, 2019 – 2023.

2019	2020			2021			2022			2023		
N°	N°	Var %	Var	N°	Var %	Var	N°	Var %	Var	N°	Var %	Var
12	12	0%	0	14	17%	2	17	42%	5	18	50%	6

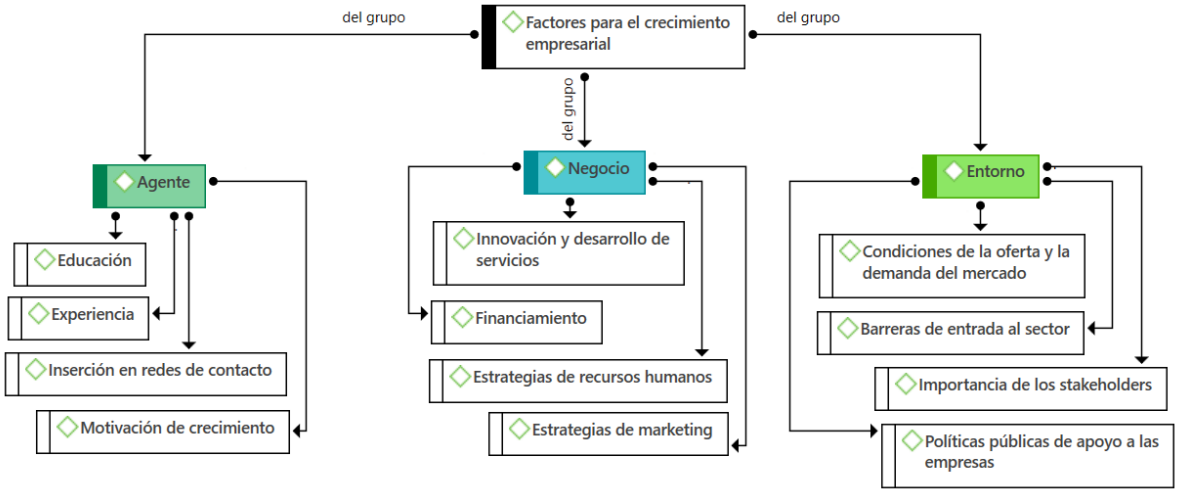
En cuanto a la cantidad de trabajadores, se aprecia que para el año 2020 esta se mantuvo, y a partir del 2021 en adelante el número se incrementó, ello debido a la contratación de mayor cantidad de personal técnico que a su vez obedece al incremento de las atenciones producto del ingreso de nuevos clientes a la cartera de la empresa.

En el estudio participaron cuatro profesionales: un gerente y tres colaboradores de las áreas de contabilidad, administración y mantenimiento de la mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, de los cuales el 75% son del sexo femenino y el 15% del sexo masculino. Además, están en los rangos de edades de 30 a 50 años y vienen laborando en la empresa como mínimo 5 años.

Los resultados de la presente investigación tienen como categoría y subcategorías lo siguiente:

Figura 5

Mapa conceptual de categorías y subcategorías.



Nota. Elaboración propia.

Respecto al *objetivo específico uno*, que dice: Describir los factores de las características del agente que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 - 2023. Se cuenta con la subcategoría agente.

Respecto de este resultado, se cuenta en primer lugar con el factor educación, este corresponde al nivel educativo del gerente, quien señala que a partir de su formación técnica y la realización de cursos de especialización en mecánica y eléctrica ha logrado adquirir herramientas como el manejo de softwares para el servicio de mantenimiento de equipos que está a cargo de la empresa. Este manejo permitió un mejor desempeño del gerente en su responsabilidad de brindar un servicio de calidad alejado de posibles riesgos y accidentes durante la maniobra de los equipos, lo cual ha resultado ser esencial para el crecimiento de la empresa.

> *"... dentro de las herramientas que aprendí, me ayudó el manejo de unos softwares que se utilizan para el tema del proceso en estos equipos. Sí me ayudó bastante en ese tema, porque es precisamente como yo veía venir el tema emergente del gas natural en el Perú, entonces la automatización es en lo que me enfoqué un poco más en el instituto y reforcé externamente inclusive, y me ayudó bastante para poder desenvolverme..."*

En segundo lugar, respecto al factor experiencia, el gerente señaló que cuenta con amplia experiencia en el sector de hidrocarburos, iniciándose aproximadamente en el año 2007 cuando en el emergía el mercado de gas natural. Durante su labor fue necesario contar con capacitación constante que fue brindada por los fabricantes de marca de los equipos. El factor experiencia ha sido de los más relevantes en el crecimiento de la empresa, dado que, según el gerente, en gran medida el crecimiento de la empresa se produjo por la experiencia obtenida en empresas anteriores, en las cuales aprendió a profundidad sobre los equipos y su funcionamiento. Además, resalta la importancia que en nuestro país existen muy pocos profesionales especializados para realizar el servicio de mantenimiento a estos equipos.

> *"... el conocimiento, la experiencia, conocer estos equipos me ha ayudado bastante, en el momento nadie conocía los equipos, los propietarios, en este caso los inversionistas en el sector compraban los equipos, pero no había soporte técnico, no había soporte especializado, o sea, eran limitados, entonces como yo conocía y gracias a la experiencia me permitió estar varios años en el tema. Me permitía a mí desarrollar, resolver rápido las deficiencias o algunas cosas que podían presentar los equipos, darle solución inmediata y esa era nuestra llegada a los clientes..."*

En tercer lugar, respecto al factor inserción en redes de contacto, el gerente señaló que mantiene años de buena relación laboral con proveedores y clientes, lo cual ha permitido establecer una relación basada en la confianza que ha conllevado al otorgamiento de créditos, el gerente señala también que en muchas ocasiones la cartera de clientes se vio incrementada gracias a las recomendaciones que los propios clientes brindaron resaltando el buen servicio que obtuvieron, aun cuando el gerente no pertenece a ningún gremio o asociación empresarial; sin embargo, durante el último año ha venido participando en convenciones y ferias organizadas por el sector privado del rubro de hidrocarburos lo cual le ha permitido mantener una red de contactos.

> *"... la finalidad de participar en convenciones es ampliar nuestra red de contactos, conocer nuevas oportunidades del negocio en el sector emergente porque se están trabajando bastantes proyectos de masificación de gas a nivel regional, entonces eso me permite conocer dónde, en qué sitios estratégicos es el siguiente camino..."*

En cuarto lugar, respecto al factor motivación de crecimiento, el gerente señala que la motivación para crear la empresa fue la oportunidad que percibió en el mercado al observar falencias en el servicio brindado por parte de las empresas existentes, ya que en su mayoría estas eran empresas que vendían los equipos a las estaciones (grifos) y brindaban el servicio post venta de mantenimiento como garantía, que por lo general abarcaba 5 años, en ese sentido, los clientes no obtenían un servicio de calidad y al mismo tiempo no podían contratar a otra empresa para

dicho servicio puesto que el personal era escaso. En ese escenario, el gerente decide crear su empresa al percibir esta oportunidad introduciéndose al mercado con una propuesta diferente, con profesionales capacitados y con un tiempo de respuesta menor ante situaciones de emergencia en comparación con las otras empresas. Así también se percibe alto nivel de motivación por parte del gerente, ya que tiene planteado incursionar en otras unidades de negocio tales como contar con una estación de servicios para posteriormente consolidarse en el mercado como una cadena de estaciones, lo cual evidenciaría un crecimiento vertical.

> *"... a mí me motivó bastante el que vi que tenía una oportunidad de mercado que estaba creciendo y vi algunas falencias de las propias marcas que brindaban este servicio, había limitado personal especializado en el tema. Entonces, había un mercado cerrado en el que sí podía, digamos, emprender y poder sacar adelante..."*

> *"... en el corto plazo cerrar un modelo de negocio de una estación dentro del sector, porque eso desde el año pasado vengo haciendo seguimiento. Y a largo plazo consolidarnos como una cadena de estaciones..."*

Respecto al *objetivo específico dos*, que dice: Describir los factores de las características del negocio que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 - 2023. Se cuenta con la subcategoría negocio.

En primer lugar, respecto al factor innovación y desarrollo de servicios los entrevistados señalaron que, en los primeros años, la empresa se dedicaba a brindar únicamente los servicios de inspección que solicitaba el ente regulador, Osinergmin, a las estaciones; sin embargo, posteriormente la empresa vio por conveniente mejorar el servicio incrementando los aspectos a inspeccionar e incluirlos en los certificados a fin de brindar una atención completa, así también la

empresa innovó desarrollando un servicio que permitiera a sus clientes monitorear cómo estaban operando sus equipos a través de un aplicativo móvil.

Los entrevistados señalaron también que, el valor agregado de los servicios de la empresa es la atención 24/7 (las 24 horas al día, 7 días a la semana), un menor tiempo de respuesta ante las emergencias y el servicio de calidad, características que han permitido a la empresa incrementar su cartera de clientes y por ende sus ventas. Para lograr un tiempo de respuesta menor, la empresa estratégicamente ha optado por contar con personal técnico ubicado en distintos puntos de la ciudad a fin de que en caso un cliente tenga una emergencia, sea el personal que se ubica en esa zona el que realice la atención. Sobre el aspecto tecnológico, los entrevistados señalan que la empresa se encuentra involucrada a través del uso de aplicativos móviles para realizar las solicitudes de requerimiento de repuestos, el uso de impresoras portátiles, el uso de un ERP (Enterprise Resource Planning) para las actividades contables y los equipos propios para realizar los trabajos de mantenimiento, lo cual ha permitido facilitar el desarrollo de los procesos a través de la reducción del tiempo en las actividades mecánicas, avocando al personal en tareas de mayor análisis.

> *"... inicialmente nosotros solamente hacíamos los servicios de inspección que Osinergmin pedía para tener vigente la estación, pero dijimos ahí no solamente se ve eso, también se ve mangueras, manómetros... en nuestros certificados implementamos eso y con el tiempo Osinergmin llegó a pedir esas cosas, ahora no sé si porque lo veía en nuestros certificados o porque ellos vieron necesario hacerlo..."*

> *"... las otras empresas no cuentan con personal para atender 24/7, eso también es un favor a nosotros. Y también los temas documentarios, nosotros tenemos nuestros ingenieros que a toda hora pueden firmar, entonces podemos conseguir los certificados más rápido y tenemos las maquinarias también, los equipos que necesitamos ..."*

> *"... la tecnología hace que las tareas sean mucho más fáciles y queda tiempo para que el personal ejerza otras tareas en el área administrativa contable por el tema de más análisis..."*

En segundo lugar, respecto al factor financiamiento, según los entrevistados este fue importante para el crecimiento de la empresa, ya que les permitió adquirir activos fijos como camionetas y la importación de mercadería como repuestos de alta rotación, los cuales son indispensables para brindar un servicio de calidad. Sin embargo, señalan que en los primeros años de la empresa el acceso al financiamiento externo fue difícil ya que las entidades financieras les solicitaban una serie de requisitos con los cuales la empresa aún no contaba. La razón por la cual la empresa opta por el financiamiento externo es debido a que las ventas que realiza son un 90% al crédito y 10% al contado, lo cual afecta su liquidez, ya que según señalan los entrevistados, el giro del negocio presenta esta característica de las ventas al crédito.

> *"... porque te permite tener liquidez, caja al momento, como para invertir o solventar ciertos requerimientos para el cumplimiento con los clientes y no nos ahoguemos ahí con el tema de esperar todavía tener liquidez cuando se cumple el nuevo plazo de crédito..."*

> *"... la compra del exterior es hazme una orden de compra, me pagas y recién empiezo a trabajar tu pedido. Una vez que haces el pedido y has pagado el desembolso, obviamente tiene que entrar acá a Perú, se nacionaliza y se paga los impuestos de ley y como nuestro giro es un poquito alto y en dólares, los movimientos tranquilamente son 30,000 dólares en compras menores de una sola marca. Entonces, al ser multimarca, necesitamos repuestos de distintas gamas, entonces el financiamiento nos ha ayudado..."*

En tercer lugar, respecto al factor estrategia de recursos humanos, los entrevistados señalan que esta parte desde los criterios que se tiene para la selección del personal los cuales dependen del área, en ese sentido, los requisitos son mayores para el personal de campo ya que los clientes, en su mayoría, exigen que cuenten con experiencia en el sector debido a que el trabajo que se realiza implica riesgo, la empresa solicita también que el personal de campo cuente con disponibilidad 24/7 y licencia de conducir ya que cada técnico maneja una unidad vehicular. Sin embargo, debido a que existen pocos profesionales con experiencia en el sector, en ocasiones la empresa optó por contratar personal técnico sin experiencia para posteriormente capacitarlos. Para

el personal de oficina, la experiencia no es relevante, pero sí es importante contar con estudios en el área correspondiente, el trabajo en equipo, manejo de sistemas informáticos básicos y el trato comercial. Para los entrevistados, estos criterios son de suma importancia para el crecimiento de la empresa ya que permite que el personal se pueda desarrollar correctamente en sus áreas brindando un servicio de calidad, además resaltan que el personal de campo recibe mayores capacitaciones ya que son ellos quienes materializan el servicio en las estaciones de los clientes, motivo por el cual es importante que se encuentren capacitados en cuanto a aspectos de seguridad y funcionamiento de los equipos.

> *"... para el perfil técnico sí es bastante importante la experiencia, porque el 70% de los clientes que tenemos nos exige que el personal que ingresa a sus estaciones tenga experiencia mínima 3 a 4 años, el 30% no nos exigen eso, pero tampoco podríamos poner a alguien que no tiene experiencia por un tema de seguridad, porque hay exigencias en nuestro giro…"*

Resulta importante señalar también que, en base a las entrevistas, se percibe que el ambiente laboral, en general es bueno; sin embargo, existen problemas en ocasiones relacionados con la distribución de trabajo para el personal de campo, puesto que ellos además de tener visitas programadas a los clientes, realizan atenciones de emergencias a toda hora, lo cual podría en un futuro, ocasionar problemas que afecte a la empresa en cuanto a sobrecarga laboral. A fin de combatir este problema, la empresa ofrece espacios para poder compartir para disminuir el estrés laboral, así también se otorgan incentivos financieros, entre otros.

> *"... para disminuir el estrés laboral, hay comidas, almuerzos, se les manda a descansar un día para que se repongan, se les incentiva monetariamente a los chicos premiando a los tres trabajadores del mes, lo cual se elige en base a las atenciones que han hecho durante el mes y que hayan cumplido con la entrega de todos sus formatos, todos sus documentos y que estén bien…"*

En cuarto lugar, respecto al factor estrategias de marketing, la empresa cuenta con una página web básica. Los entrevistados señalan que no están involucrados con el uso de redes sociales y no realizan difusión por estos medios acerca del servicio que brindan debido a que las ventas no las realizan de manera virtual y la captación de clientes no se da por estos medios. Sin embargo, en los últimos meses, a fin de dar a conocer los servicios que brinda la empresa, el gerente ha optado por participar en conferencias, ferias u otras actividades del sector, lo cual le ha permitido conocer proveedores y clientes potenciales. En ese sentido, se aprecia que este factor no ha tenido influencia en el crecimiento de esta empresa debido a que no se ha aprovechado.

> *"... se maneja una página, digamos que la página sí pues no la hemos retocado, porque si bien nuestro giro no es muy digital porque las ventas no las hacemos digital, la página no ha quedado al 100% como queremos y tampoco tenemos tiempo de dedicarnos netamente a la página, entonces es por eso que se ha optado por las ferias físicas..."*

> *"... (el gerente) va a las capacitaciones de hidrocarburos, participa en esas conferencias que hay en el giro de nosotros, va a ferias muchas veces, conoce proveedores nacionales como extranjeros, vienen firmas de China a promocionarte sus productos. Entonces el gerente ha sido invitado y la empresa ha sido invitada varias veces a que participe..."*

Respecto al *objetivo específico tres*, que dice: Describir los factores asociados a las características del entorno que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 – 2023. Se cuenta con la subcategoría entorno.

En primer lugar, respecto al factor condiciones de la oferta y demanda del mercado, los entrevistados señalan que en cuanto a la oferta existen pocas empresas que brindan el servicio de mantenimiento a los equipos de compresión de gas natural ya que es un servicio especializado y que, si bien a lo largo de los años estas han ido en aumento, por problemas administrativos, de jefatura, entre otros, optaron por cerrar. En cuanto a la demanda, señalaron que a nivel de Lima

hay buena cantidad de grifos a los cuales se les brinda atención; sin embargo, en los últimos meses la demanda ha disminuido, ello debido a que no se apertura nuevos grifos y la estrategia en este escenario es la captación de clientes de la competencia brindando un mejor servicio y asesoría personalizada. Así también, los entrevistados señalan que las ventas disminuyeron en el periodo 2020 debido a la coyuntura ocasionada por el Covid – 19, ya que muchos de los grifos cerraron sus contratos con la empresa y la frecuencia de los mantenimientos disminuyó. Dadas estas circunstancias, los entrevistados señalan que la empresa a futuro tiene previsto seguir creciendo mediante la compra de un grifo debido a que el mercado actualmente se encuentra saturado.

> *"... la ventaja es que hay grifos de gas no solamente es a nivel de capital, sino también a nivel de provincia. Entonces, si bien nosotros coberturamos Lima, el mercado de Lima es grande por la cantidad de flotas de vehículos que hay y no solamente a nivel de vehículos no, sino también a nivel industrial, llegamos a trabajar con minas..."*

> *"... la demanda en los últimos meses sí ha bajado un poco en el sector porque en Lima hemos ya casi copado... años atrás, la demanda era bastante, no se abastecía en atender a los clientes, pero de todas maneras hay un buen mercado porque ofertantes somos pocos, o sea hay mercado como para todavía mantenernos y atraer nuevos clientes..."*

> *"... en pandemia (las ventas) bajaron muchísimo porque hubieron estaciones que dejaron de funcionar, bajamos las visitas a una sola visita por semana y como estaba el tema de que podían salir solamente por horarios, no había mucha demanda de combustible, así que tampoco los equipos se encendían mucho, no habían fallas o las emergencias que pudieran haber..."*

En segundo lugar, respecto al factor barreras de entrada, los entrevistados señalan que las principales barreras de entrada para las nuevas empresas en el sector son: contar con personal especializado, el capital financiero y los requisitos que solicita el ente regulador. En cuanto al personal especializado, señalan que es difícil encontrar personal con estudios técnicos y con experiencia en gas natural, lo cual es relevante ya que la mayoría de los clientes solicita que el personal que ingrese a realizar labores de mantenimiento debe contar con experiencia previa

mínima de 3 años. Respecto al capital financiero, las nuevas empresas que deseen ingresar al mercado deben realizar grandes inversiones en repuestos y en equipamiento para uso del personal de campo que generalmente son costosos y se cotizan en miles de dólares. Así también, el Estado solicita una serie de requerimientos para las empresas que desean brindar este tipo de servicio, ya que involucra un nivel de riesgo mayor en comparación con otros servicios.

> *"... una de las barreras principales es el tema de personal de servicios especializados, recursos humanos es básico, es el personal el que mueve la empresa, debes tener personal idóneo como para cada sector, para cada área. En el rubro hay pocas personas especializadas y por lo tanto, si el personal está a gusto trabajando en una empresa, es poco probable que se vaya a otra..."*

> *"... tener un buen capital porque para ingresar acá necesitas maquinarias costosas y que estén calibradas y también el personal que es escaso, no hay personal con conocimiento especializado para solucionar equipos de GNV..."*

En tercer lugar, respecto al factor importancia de los stakeholders, los entrevistados señalaron que la relación con proveedores es buena y esta se ha fortalecido a través de los años mediante la confianza lo cual ha permitido establecer, con la mayoría de ellos, acuerdos para el otorgamiento de líneas de créditos, hecho que anteriormente no se daba. Acerca de la relación con los clientes, indican que existe buena comunicación y se encuentran satisfechos con el servicio que reciben lo cual se ve reflejado en la fidelización de estos. Así también en caso se presentara algún problema durante la prestación del servicio, ellos tienen la facilidad de comunicarse directamente con el gerente a fin de realizar las gestiones correspondientes para subsanarlo.

> *"... con proveedores locales igual, hemos conversado, se tiene un trato muy cordial, tanto así que ya la confianza de tantos años, trabajar, es que nos dan créditos que antiguamente pues no había crédito, era contra entrega, así sea local..."*

> *"… tenemos una buena relación, todos nuestros clientes, acuden también a nosotros para darle solución a los problemas que puedan tener. Y nuestros proveedores también, o sea, no hemos tenido problemas con ninguno. Además, hemos adquirido más proveedores y siempre nos brindan crédito…*

En cuarto lugar, respecto al factor políticas públicas de apoyo a las empresas, según los entrevistados no se observa una influencia de algún programa de apoyo proporcionado por el Estado para el crecimiento de la empresa. El único apoyo que mencionaron fue "Reactiva Perú" que se dio por la crisis sanitaria de Covid – 19, el cual fue destinado para la regularización de pagos. Además, los entrevistados perciben que el Estado no apoya ni incentiva el crecimiento de las pequeñas empresas en este sector, lo cual, según comentaron, sí perciben para otros sectores como la agricultura a través de programas direccionados. En este escenario, los eventos que se llevan a cabo son aquellos organizados por la parte privada del sector de hidrocarburos.

> *"… nosotros en pandemia sí nos ayudamos con el tema de Reactiva, pero si no hubiese ocurrido pandemia no hubiese habido Reactiva, entonces no lo hubiésemos sentido al Estado…"*

> *"… el Estado está presente, pero para recaudar fondos, ahí siempre está presente, como ayuda solo fue el Reactiva a solventar algunas deudas…"*

> *"… tengo noción de que el Estado apoya mucho a agricultores, por ejemplo, ganaderos, apoya mucho a nivel artesanos, quizás, pero a nivel de hidrocarburos, el propio giro privado tiene que hacer sus ferias y tratar de buscar proveedores, clientes, pero el Estado como tal no…"*

VI. DISCUSIÓN

6.1. Aporte de la investigación

A partir de un análisis previo de los estados financieros de la mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural en los periodos del 2019 al 2023 en la cual se observó una tendencia de crecimiento se decidió llevar a cabo la presente investigación que tiene por objetivo explicar los factores y cómo influyeron en este crecimiento los cuales fueron presentados en el capítulo anterior siendo los más representativos en el grupo agente; educación, experiencia, inserción en redes de contacto y motivación de crecimiento, en negocio; innovación y desarrollo de servicios, financiamiento y estrategia de recursos humanos, y en entorno; condiciones de la oferta y demanda del mercado, barreras de entrada al sector e importancia de stakeholders.

6.2. Comparación de los resultados de la investigación con estudios previos

Respecto al resultado del objetivo específico uno, donde se precisa que los factores de las características del agente como educación, experiencia, inserción en redes de contacto y motivación de crecimiento influyen positivamente en el crecimiento de la empresa. Esto se asemeja en el factor educación a los estudios de De la O y Monge (2019) y De la Cruz y Dominguez (2022) quienes señalan que, el nivel educativo del empresario brinda herramientas que permiten minimizar los errores que puedan cometerse durante el proceso a través de la reducción de riesgo y es un factor de suma importancia para el crecimiento de las microempresas; en experiencia, se asemeja al estudio de Chavez y Zavala (2024), De la Cruz y Dominguez (2022) y Rosales y Urbano (2021) quienes señalan que la experiencia previa de los empresarios ha influido en el crecimiento de la empresa y ha sido sumamente importante pues permitió que estos tengan un mejor desempeño y realicen una correcta toma de decisiones ya que conocen cómo se maneja el sector, lo cual conllevó a que sus empresas sigan produciendo; en inserción en redes de contacto, se asemeja al

estudio de Rosales y Urbano (2021) quienes señalan que este factor fue uno de los factores más relevantes manifestado en el vínculo interpersonal que mantiene el empresario con sus stakeholders lo cual trajo consigo beneficios como atención preferencial y otorgamiento de créditos; y en motivación de crecimiento, al estudio de De la O y Monge (2019) quienes señalaron que dentro de las motivaciones para la creación de una empresa se encuentra el aprovechamiento de las oportunidades, habilidad que es desarrollada gracias a la experiencia acumulada y la preparación recibida antes y durante la carrera laboral.

En el presente estudio los resultados obtenidos se deberían al hecho de contar con un gerente capacitado y con amplia experiencia en el sector, la cual se inicia desde muy joven en empresas de los fabricantes de marca lo cual le permitió ampliar su conocimiento y profundizar en el funcionamiento de los equipos lo cual contribuyó en su desempeño como profesional, así como dicha experiencia le permitió establecer una relación directa con los clientes y la percepción de falencias en el servicio que brindaban las empresas existentes a fin de ser aprovechado como una oportunidad de negocio.

Al respecto, la perspectiva basada en la motivación refiere que el crecimiento de la empresa se comprende a partir del comportamiento y la actitud frente al riesgo del gerente en situaciones concretas, para tomar decisiones y emprender enfocándose en sus posturas personales para generar un cambio. Así también en la perspectiva basada en recursos se refiere que el crecimiento empresarial que está impulsado por la búsqueda del beneficio resulta imprescindible para lograr dicho crecimiento la motivación y la decisión humana para afrontar y desarrollar un proyecto empresarial. En el presente estudio se evidencia que la motivación ha sido constante en el gerente desde que la creación de la empresa hasta la actualidad ya que tiene como objetivo en un corto

plazo crecer incursionando en otras unidades de negocio como estaciones de servicio de combustible.

Respecto al resultado del objetivo específico dos, donde se precisa que los factores de las características del negocio como innovación y desarrollo de servicios, financiamiento y estrategia de recursos humanos influyen positivamente en el crecimiento de la empresa, mientras que el factor estrategia de marketing no tuvo influencia en el crecimiento de la empresa. Esto se asemeja en el factor innovación y desarrollo de servicios al estudio de Caicedo (2024) quien señala que el aspecto tecnológico permite brindar un servicio de calidad ya que facilita el desarrollo de los procesos y contribuye a que un negocio sea eficiente y al estudio de De la Cruz y Dominguez (2022) quienes señalan que contar con maquinarias actuales permite que el producto final sea adecuado para los clientes; en financiamiento, al estudio de De la Cruz y Dominguez (2022) y Caicedo (2024) quienes señalan que el financiamiento es importante para el crecimiento de las mypes pero la falta de acceso a este con frecuencia es un obstáculo para este grupo de empresas puesto que suelen enfrentar dificultades para obtener préstamos bancarios debido a su tamaño y recursos limitados; en estrategia de recursos humanos, al estudio de De la Cruz y Dominguez (2022) quienes señalan que lo que más influye en el crecimiento de las empresas es la gestión del conocimiento mediante la valoración de la experiencia previa de los empleados; y en estrategia de marketing, difiere del estudio de Carrasco y Chanduvi (2022) quienes señalan que el crecimiento de la empresa se vio fuertemente influenciada por las estrategias de marketing adoptadas y orientadas al aprovechamiento de la digitalización y el uso de redes sociales.

En el presente estudio los resultados obtenidos se deberían al hecho de que la empresa cuenta con personal que ha cumplido con un perfil establecido que contempla la experiencia en campo, además de percibir capacitaciones por parte de la empresa, lo cual brinda confianza a los

clientes, así también la empresa ha realizado mejoras en el servicio que presta involucrándose con la tecnología para reducir tiempos, ha hecho uso del financiamiento para adquirir camionetas para uso del personal de campo lo cual mejora la imagen de la empresa y reduce los tiempos de respuesta ante emergencias y en cuanto al factor estrategias de marketing, se debería al hecho de que en el giro de la empresa las ventas no se realizan por medios digitales así como tampoco la captación de clientes se realiza por esos medios.

Al respecto, el enfoque determinista refiere que el crecimiento de una empresa está influenciado por un conjunto de factores entre los cuales se hace mención de la estrategia empresarial implementada, en ese sentido, se evidencia que la empresa analizada cuenta con una estrategia de recursos humanos definida la cual le ha permitido que el personal de campo de cierta manera sea independiente, en el sentido de que todos cuentan con experiencia, están ubicados estratégicamente por zonas y cada uno cuenta con una unidad vehicular para realizar los servicios, lo cual contribuye con la reducción de tiempos de respuesta y la fidelización de los clientes.

Respecto al resultado del objetivo específico tres, donde se precisa que los factores de las características del entorno como condiciones de la oferta y demanda del mercado, barreras de entrada e importancia de los stakeholders influyen positivamente en el crecimiento de la empresa, mientras que el factor políticas públicas de apoyo a las empresas no influyó significativamente en el crecimiento de la empresa. Esto se asemeja en el factor condiciones de la oferta y demanda del sector en cierta medida al estudio de De la O y Monge (2019) quienes señalaron que los cambios en las condiciones del entorno desestabilizan los mercados y alteran el orden establecido, lo que afecta a las empresas; en barreras de entrada, al estudio de Rosales y Urbano (2021), quienes señalaron como barrera de entrada en el sector textil los altos niveles de inversión; en importancia de los stakeholders, al estudio de Rosales y Urbano (2021) quienes señalan que los acuerdos

comerciales con los stakeholders, aunque no son formales y se basan en la confianza, han contribuido al crecimiento de la empresa; y en políticas de públicas de apoyo a las empresas, al estudio de Avolio, Mesones y Roca (2011) quienes afirman que parece que el papel del Estado ha sido insuficiente en el desarrollo de mecanismos y programas que fomenten la capacitación de los microempresarios.

En el presente estudio los resultados obtenidos se deberían al hecho de que si bien la pandemia desestabilizó en cierta medida a la empresa al reducirse el número de atenciones y por ende las ventas, aspectos como la buena relación laboral que se mantiene con proveedores y clientes la cual se vio reforzada en esta época difícil ya que fue de las pocas empresas que siguió brindando el servicio, así como las barreras de entrada para las nuevas empresas que no solo depende del capital financiero sino también del personal especializado y cumplir con los requisitos del ente regulador y una demanda estable, que si bien ha disminuido en los últimos meses, pero para lo cual se han adoptado estrategias como la captación de los clientes de la competencia a través de un mejor servicio, han permitido que la empresa siga vigente en el mercado y se haga de prestigio lo cual se refleja en su crecimiento.

Al respecto, el enfoque determinista destaca que el crecimiento de una empresa está influenciado por factores como los cambios en el entorno, la dinámica del sector en el que opera, entre otros. Para el presente estudio se evidencia que efectivamente el entorno tuvo influencia en el crecimiento de la empresa, teniendo estos en su mayoría una influencia positiva debido a que se supo gestionar las relaciones con stakeholders, así como se adoptaron determinadas estrategias ante las situaciones del entorno como la pandemia y el dinamismo del sector.

6.3. Validación de la teoría referente

La literatura contempla enfoques, perspectivas y modelos de factores para explicar el crecimiento empresarial. Los resultados de la presente investigación concuerdan con lo que señalan la perspectiva basada en la motivación, en los recursos y el enfoque determinista los cuales hacen referencia a que la motivación del gerente, la estrategia empresarial, los cambios en el entorno, entre otros tienen influencia en el crecimiento de la empresa. Así también la selección del modelo de factores de Machado, que agrupa los factores en tres grupos: agente, negocio y entorno, a partir de los resultados del presente estudio, se evidencia que, en general, estos factores sí han influido en el crecimiento de la empresa analizada; sin embargo, hubo factores que presentaron mayor relevancia en contraste con los otros, ya que la realidad de una empresa es distinta a las demás.

6.4. Limitaciones del estudio

El desarrollo de la presente investigación no ha contado con limitaciones.

6.5. Agenda futura de la investigación

Si bien una investigación se origina por una inquietud la cual se traduce en un problema, al finalizar suelen presentarse una o más inquietudes. En el caso del presente estudio se propone como agenda para futuras investigaciones los siguientes temas:

- Realizar un estudio acerca del crecimiento vertical en empresas del sector servicios en Perú.
- Realizar un estudio orientado al fortalecimiento de los programas de apoyo del Estado para las mypes del sector servicios en Perú.

CONCLUSIONES

Se concluye que los factores que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural en el grupo agente son, educación, experiencia, inserción en redes de contacto y motivación de crecimiento; en negocio, innovación y desarrollo de servicios, financiamiento y estrategia de recursos humanos; y en entorno, condiciones de la oferta y demanda del mercado, barreras de entrada al sector e importancia de los stakeholders.

Los factores de las características del agente que influyen de manera positiva en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural son educación, experiencia, inserción en redes de contacto y motivación de crecimiento. Los factores que mayor relevancia han presentado son la educación y la experiencia, ya que, la educación percibida por parte del gerente le permitió desenvolverse en empresas del sector en las cuales producto de la experiencia en estas, pudo identificar falencias en los servicios que se prestaban lo cual fue percibido como una oportunidad de negocio.

Los factores de las características del negocio que influyen de manera positiva y resultan relevantes para el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural son innovación y desarrollo de servicios, financiamiento y estrategias de recursos humanos. Mientras que el factor estrategias de marketing no ha sido aprovechado por la empresa y no tiene influencia, ello debido a que la empresa no ocupa muchos recursos en su promoción, así tampoco cuenta con presencia en redes sociales y los clientes que se fueron agregando a la cartera se dio producto de las recomendaciones que realizaron los clientes antiguos.

Los factores de las características del entorno que influyen de manera positiva en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural son

condiciones de la oferta y demanda del mercado, barreras de entrada al sector, importancia de los stakeholders, presentando mayor relevancia los dos primeros. Mientras que el factor de políticas públicas de apoyo a las empresas no ha influenciado en el crecimiento de la empresa, ya que, los entrevistados señalaron que no han percibido el apoyo del Estado en empresas del sector, con excepción del apoyo de Reactiva Perú brindado por la crisis sanitaria del Covid - 19.

RECOMENDACIONES

En base a los resultados obtenidos que permitieron la identificación de los factores que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, se plantean recomendaciones con el propósito de continuar contribuyendo con herramientas para su crecimiento.

Se recomienda al gerente que, con la finalidad de afianzar su red de contactos, forme parte de alguna asociación o gremio empresarial del sector, ya que, de no hacerlo, se podrían estar perdiendo oportunidades de colaboración con otros agentes del sector. Además, ser parte de una asociación o gremio empresarial podría traer consigo beneficios a futuro para la empresa como el acceso a información privilegiada, el networking, la mejora de la reputación de la empresa, entre otros.

Se recomienda a la empresa que, debido a la escasez de personal técnico en el rubro, se opte por la captación de profesionales que reúnan los requisitos educativos a fin de capacitarlos e introducirlos en el negocio, ya que, si la cartera de clientes se sigue incrementando, el personal que actualmente labora en la empresa podría presentar problemas como sobrecarga laboral en un futuro, lo cual sería contraproducente para el crecimiento de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilera, A. (2010). Direccionamiento estratégico y crecimiento empresarial: algunas reflexiones en torno a su relación. *Pensamiento & Gestión*, (28), 85-106. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762010000100005&lng=en&tlng=es

Allende, S., Jimeno, G. y Choque, M. (2020). *Factores que limitan el crecimiento de una empresa de confección y comercialización textil. Estudio de caso: Pelito Kids S.A.C.* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. http://hdl.handle.net/20.500.12404/16795

Avolio, B., Mesones, A., & Roca, E. (2011). Factores que limitan el crecimiento de las pequeñas y microempresas en el Perú. *Strategia*, (22), 70-80. https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/view/4126/4094

Banco de Desarrollo de América Latina y El Caribe [CAF]. (2023). *Las pymes en Perú*. https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/2132/CAF_PYMES_PER%c3%9a?sequence=13&isAllowed=y

Banco de Desarrollo de América Latina y El Caribe [CAF]. (2024, 5 de julio). *¿Cuáles son las principales quejas en redes frente al acceso a financiamiento de Pymes en ALC?* https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2024/07/los-problemas-de-acceso-al-financiamiento-de-las-pymes-de-alc-desde-la-optica-de-las-redes-sociales/

Blázquez, F. (2005). *Los incentivos fiscales como factor del crecimiento empresarial : análisis empírico de la reserva para inversiones en Canarias* [Tesis de doctorado, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria]. Archivo digital. http://hdl.handle.net/10553/2216

Blázquez, F., Dorta, J. y Verona, M. (2006). Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. *Cuadernos de Administración, 19*(31), 165-195. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35922006000100007&lng=en&tlng=es

Caicedo, A. (2024). *Análisis de los factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas de Guayaquil, periodo 2020-2022*. [Tesis de maestría, Universidad Politécnica Salesiana]. Archivo digital. http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/26816

Canals, J. (2000). Crecimiento empresarial: Personas y tecnología en la nueva economía. *Revista Empresa y Humanismo*, *2*(2), 337-370. https://doi.org/10.15581/015.2.33414

Carmona, M., Carvajal, Y., Aguirre, S., Ocampo, F., Flórez, A. (2020). Determinantes del crecimiento empresarial en el sector manufacturero colombiano. *Panorama Económico, 28*(1), 1-15. https://doi.org/10.32997/pe-2020-2665

Carrasco, A. y Chanduvi, L. (2022). *Análisis de los factores que influyen en el crecimiento de Artlent Perú E.I.R.L: pequeña empresa de confección de prendas de vestir en el Emporio Comercial de Gamarra* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. http://hdl.handle.net/20.500.12404/24116

Chavez, L. y Zavala, B. (2024). *Factores que influyen en el crecimiento empresarial de las mypes del sector calzado. Caso: Manguitos Shoes* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. http://hdl.handle.net/20.500.12404/27787

Comex Perú. (2024). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú Resultados en 2022. Informe anual de diagnóstico y evaluación acerca de la actividad empresarial de las micro y*

pequeñas empresas en el Perú, y los determinantes de su capacidad formal. https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-mypes-2022.pdf

Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2023). *Acerca de Microempresas y Pymes.* https://www.cepal.org/es/temas/pymes/acerca-microempresas-pymes

De la Cruz, M. y Dominguez, V. (2022). *Factores que influyen en el crecimiento de las mypes de confección y comercialización de prendas de vestir. Estudio de casos múltiples de siete talleres en Gamarra* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. http://hdl.handle.net/20.500.12404/22378

De la O, D. y Monge, R. (2019). Factores que influyen en el desempeño de las PYMEs: una perspectiva cualitativa de los empresarios costarricenses. *Revista Academia & Negocios, 4*(2), 95-106. https://www.redalyc.org/journal/5608/560859050013/html/

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). Mc Graw Hill Education. https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf

Japura, Y. y Fernandez, T. (2023). *Factores determinantes que limitan el crecimiento empresarial de las mype textiles del distrito de La Victoria en Lima, 2019* [Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio USMP. https://hdl.handle.net/20.500.12727/12321

Ley N° 28015. (2003, 3 de julio). Congreso de la República. El Peruano. https://busquedas.elperuano.pe/cuadernillo/NL/20030703

Machado, H. (2016). Growth of small businesses: a literature review and perspectives of studies. *Gestão & Produção, 23*(2), 419-432. http://dx.doi.org/10.1590/0104-530X1759-14

Mendoza, J., Macías, G. y Parrales, M. (2021). Desarrollo empresarial de las MIPYMES ecuatorianas: su evolución 2015-2020. *Revista Publicando*, *8*(31), 320-337. https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2253

Ministerio de la Producción. (2024). *Las MIPYME en cifras 2022.* https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oee-documentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/1170-las-mipyme-en-cifras-2022

Montes, P., Carrasco, J. y Madrid, J. (2019). *Factores y variables que determinan el crecimiento de microempresas del subsector confección en el Emporio Gamarra, 2017.* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/1280

Muñoz, C. (2015). *Metodología de la investigación*. Editorial Progreso S.A de C.V.

Okpara, J. y Wynn, P. (2007). Determinants of Small Business Growth Constraints in a SubSaharan African Economy. *SAM Advanced management Journal, 72* (2), 24–35.

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OECD), Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF) y Sistema Económico Latinoamericano y del Caribe (SELA). (2024). *Índice de Políticas para PyMEs: América Latina y el Caribe 2024: Hacia una recuperación inclusiva, resiliente y sostenible*. https://doi.org/10.1787/807e9eaf-es

Paredes, Y. y Quispe, R. (2022). Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas de abarrotes en el distrito de Tambopata. *Revista Amazónica de Ciencias Sociales*, *1*(1), e154. https://doi.org/10.55873/racs.v1i1.154

Penrose, E. (1962). *Teoría del crecimiento de la empresa*. Madrid: Aguilar.

Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropofísico. *Cuicuilco*, *18*(52), 39-49. https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=35124304004

Rosales, K. y Urbano, K. (2021). *Factores que inciden en el crecimiento empresarial de una micro empresa del sector textil. Caso de estudio: Cintitass E.I.R.L.* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP. http://hdl.handle.net/20.500.12404/20623

Saavedra, J., Tenecela, D., y Araujo, G. (2023). Análisis de la importancia de las pymes en la economía del Ecuador. *Visionario Digital, 7*(4), 196-211. https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v7i4.2779

Seclen, J. (2016). Crecimiento empresarial en las pequeñas empresas de la industria Metalmecánica de Lima: un estudio de casos múltiples. *Ekonomiaz: Revista vasca de Economía,* (90), 224 – 241. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5778218

ANEXOS

ANEXO A: Guía de entrevista a profundidad

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

Estudio sobre los factores que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 - 2023

GUIA PARA ENTREVISTAS EN

PROFUNDIDAD

Presentación Buenos días/tardes/noches, estimado/estimada _____, quisiera comentarle que el objetivo de esta investigación es " Explicar los factores que influyen en el crecimiento de una Mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 - 2023". Gracias por su participación, quisiera comentar que toda la información que pueda brindar será de mucha ayuda para realizar el presente trabajo y solo se usará con fines académicos. Además, se le informa que su identidad no será expuesta en la tesis y no hacemos referencia a ninguna empresa en particular. Antes de continuar, se le solicita su consentimiento para continuar con la grabación de la entrevista.
Aspectos generales del entrevistado: 1. ¿Cuál es su grado de instrucción? 2. ¿Cuánto tiempo labora en la empresa?

3. ¿En qué área labora? 4. ¿Cuáles son las principales funciones que desempeña?	
Preguntas	Repreguntas
Desde su perspectiva, ¿de qué manera el nivel educativo y la experiencia adquirida contribuyó con el crecimiento de la empresa?	¿Podría comentarme sobre su experiencia en el sector? ¿De qué manera usó esta experiencia en su empresa?
¿Cómo maneja el tema de las redes de contacto?	¿De qué manera considera que pertenecer a alguna asociación o red empresarial influye en el crecimiento empresarial?
¿Qué lo motivó a crear su empresa?	¿Cuáles son los objetivos que tiene en el corto y largo plazo?
¿De qué manera considera que la innovación y uso de tecnología contribuye al crecimiento de la empresa?	¿Cuál es el valor agregado de los servicios que presta la empresa? ¿De qué manera está involucrada la empresa con el uso de tecnología? ¿Cómo ha innovado la empresa en los servicios que presta?
¿Qué opina acerca del financiamiento externo?	¿Qué criterios se tiene en cuenta para solicitar el financiamiento? ¿Para qué se utilizó?

	¿Por qué cree que es necesario el financiamiento externo (préstamos) para el crecimiento de la empresa?
¿Qué criterios se toma en cuenta para la selección del personal?	¿De qué manera cree que estos criterios tienen influencia en el crecimiento de la empresa? ¿De qué manera se evalúa el desempeño de los trabajadores? ¿Con qué finalidad se realizan capacitaciones? ¿Cómo es la relación entre los trabajadores? ¿Cómo es la relación del gerente con los trabajadores?
¿Qué medios se emplea para promocionar a la empresa?	¿Considera que la utilización de estos medios ayudó a incrementar las ventas? ¿De qué manera obtiene retroalimentación por parte de sus clientes?
¿Cómo es la oferta y demanda en el mercado en el que opera la empresa?	¿Qué tan dinámico es el sector en el que opera la empresa? ¿Considera que las ventas han subido o bajado por alguna situación externa a la empresa? ¿Cuáles son las barreras de entrada para las nuevas empresas en el sector?
¿Cómo describiría la relación de la empresa con los stakeholders?	¿Qué alianzas realiza con sus clientes y/o proveedores?

¿De qué manera considera que la normativa peruana favorece a las mypes?	¿De qué manera el Estado se ha involucrado con la empresa a fin de apoyarla?

ANEXO B: Consentimiento informado

Consentimiento Informado para Participantes de Investigación

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer a los participantes en esta investigación con una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella como participantes.

La presente investigación es conducida por _____, de la Universidad _____. La meta de este estudio es _____ _____ _____.

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente _____ minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado.

La participación es este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y por lo tanto, serán anónimas. Una vez trascritas las entrevistas, los dispositivos con las grabaciones se destruirán.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por_____. He sido informado (a) de que la meta de este estudio es _____

_____ _____

Me han indicado también que tendré que responder cuestionarios y preguntas en una entrevista, lo cual tomará aproximadamente _____ minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar a _____ al teléfono _____.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a _____ al teléfono anteriormente mencionado.

Nombre del Participante (en letras de imprenta) | Firma del Participante | Fecha

ANEXO C: Esquema de presentación de categorías de análisis

CATEGORÍA DE ANÁLISIS	DEFINICIÓN NOMINAL	SUB CATEGORÍAS	CARACTERÍSTICAS	PREGUNTAS	REPREGUNTAS
Factores para el crecimiento empresarial	El crecimiento empresarial es un proceso de adaptación a los cambios exigidos por el entorno o promovido por el espíritu emprendedor del directivo, según el cual, la empresa se ve compelida a desarrollar o ampliar su capacidad productiva mediante el ajuste o adquisición de nuevos recursos, realizando para ello cambios organizacionales que soporten las modificaciones realizadas; todo lo cual debe venir avalado por la capacidad financiera de la empresa que permita, a través de dicho proceso, obtener una competitividad perdurable en el tiempo. (Blázquez, 2005, p. 16)	Agente	Educación: nivel educativo. Experiencia: experiencia previa en el sector.	Desde su perspectiva, ¿de qué manera el nivel educativo y la experiencia adquirida contribuyó con el crecimiento de la empresa?	¿Podría comentarme sobre su experiencia en el sector? ¿De qué manera usó esta experiencia en su empresa?
			Inserción en redes de contacto: relación con empresarios del sector.	¿Cómo maneja el tema de las redes de contacto?	¿De qué manera considera que pertenecer a alguna asociación o red empresarial influye en el crecimiento empresarial?
			Motivación de crecimiento: estímulo para orientar a la empresa hacia el crecimiento.	¿Qué lo motivó a crear su empresa?	¿Cuáles son los objetivos que tiene en el corto y largo plazo?
		Negocio	Innovación y desarrollo en servicios: valor agregado y uso de tecnología.	¿De qué manera considera que la innovación y uso de tecnología contribuye al crecimiento de la empresa?	¿Cuál es el valor agregado de los servicios que presta la empresa? ¿De qué manera está involucrada la empresa con el uso de tecnología? ¿Cómo ha innovado la empresa en los servicios que presta?
			Financiamiento: proceso por el que se proporciona capital a la empresa.	¿Qué opina acerca del financiamiento externo?	¿Qué criterios se tiene en cuenta para solicitar el financiamiento? ¿Para qué se utilizó? ¿Por qué cree que es necesario el financiamiento externo (préstamos) para el crecimiento de la empresa?
			Estrategias de recursos humanos: capital humano.	¿Qué criterios se toma en cuenta para la selección del personal?	¿De qué manera cree que estos criterios tienen influencia en el crecimiento de la empresa? ¿De qué manera se evalúa el desempeño de los trabajadores? ¿Se realiza capacitaciones para los trabajadores? ¿Con qué finalidad? ¿Cómo es la relación entre los trabajadores? ¿Cómo es la relación del gerente con los trabajadores?
			Estrategias de marketing: promoción de la empresa.	¿Qué medios se emplea para promocionar a la empresa?	¿Considera que la utilización de estos medios ayudó a incrementar las ventas? ¿De qué manera obtiene retroalimentación por parte de sus clientes?

		Entorno	Condiciones de oferta y demanda del mercado: características Barreras de entrada al sector	¿Cómo es la oferta y demanda en el mercado en el que opera la empresa?	¿Qué tan dinámico es el sector en el que opera la empresa? ¿Considera que las ventas han subido o bajado por alguna situación externa a la empresa? ¿Cuáles son las barreras de entrada para las nuevas empresas en el sector?
			Importancia de los stakeholders: importancia de los grupos de interés.	¿Cómo describiría la relación de la empresa con los stakeholders?	¿Qué alianzas realiza con clientes y proveedores?
			Políticas públicas de apoyo a las empresas: normativa local.	¿De qué manera considera que la normativa peruana favorece a las mypes?	¿De qué manera el Estado se ha involucrado con la empresa a fin de apoyarla?

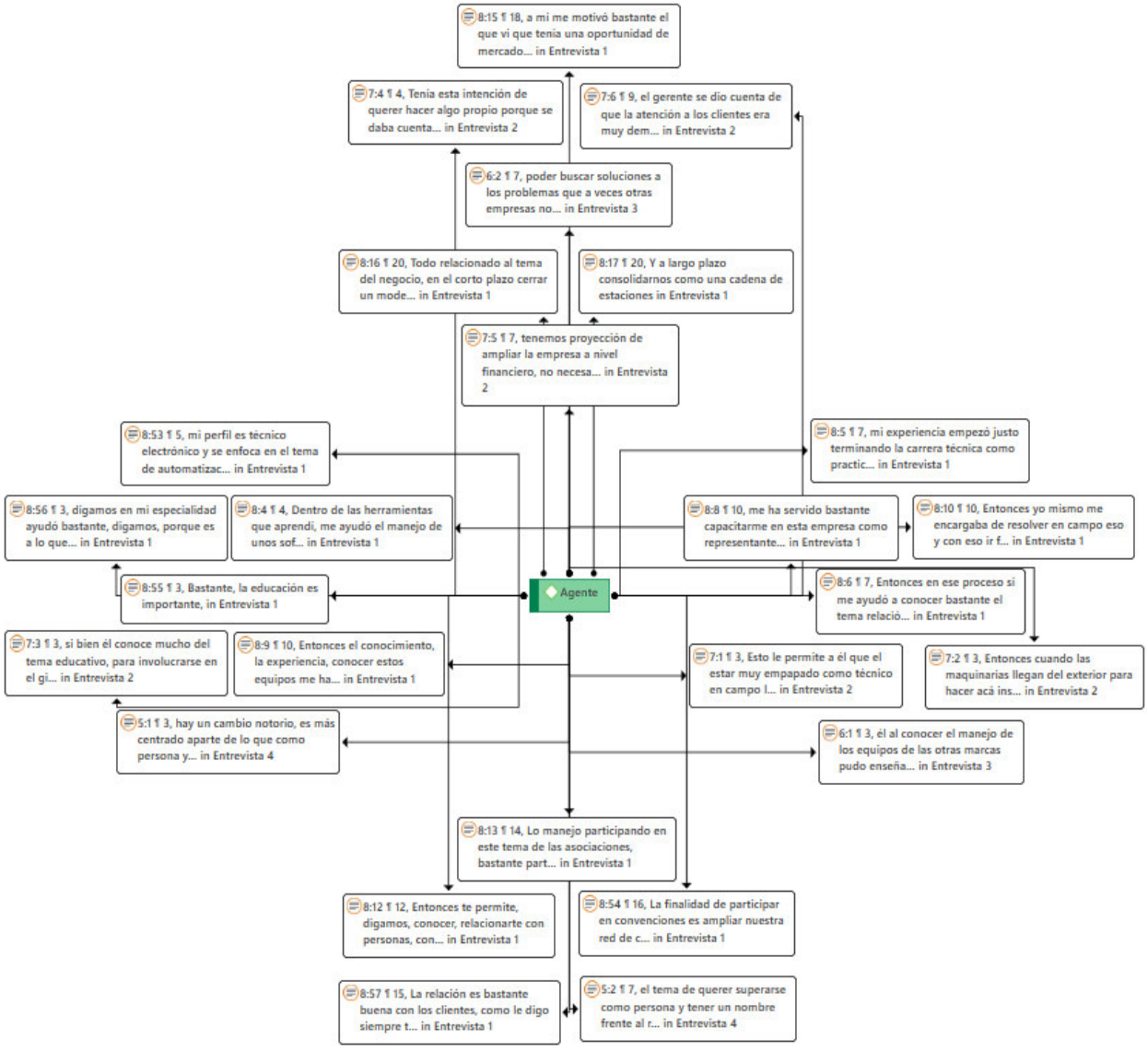
ANEXO D: Matriz de consistencia

<table>
<tr><td colspan="7">Factores que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 - 2023</td></tr>
<tr><td>Problema General</td><td>Objetivo General</td><td>Supuesto General</td><td>Categoría</td><td>Subcategorías</td><td>Características</td><td>Metodología</td></tr>
<tr><td>¿Qué factores influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019-2023?</td><td>Explicar los factores que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019-2023.</td><td rowspan="4">Los factores que permiten el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019-2023 son aquellas que se encuentran dentro de las características y desempeño del agente, negocio y entorno.</td><td rowspan="4">Factores para el crecimiento empresarial</td><td>Agente</td><td>Educación
Experiencia
Inserción en redes de contacto
Motivación de crecimiento</td><td rowspan="4">Enfoque de la investigación: Cualitativo
Diseño de la investigación: Fenomenológico.
Técnica de recolección de datos: Entrevista a profundidad.
Sujetos informantes: El gerente y tres profesionales que laboran en la empresa.</td></tr>
<tr><td>Problemas Específicos</td><td>Objetivos Específicos</td><td>Negocio</td><td>Innovación y desarrollo en servicios
Financiamiento
Estrategias de recursos humanos
Estrategias de marketing</td></tr>
<tr><td>1. ¿Qué factores de las características del agente influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 - 2023?</td><td>1. Describir los factores de las características del agente que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 - 2023.</td><td rowspan="2">Entorno</td><td rowspan="2">Condiciones de oferta y demanda del mercado
Barreras de entrada
Importancia de los stakeholders
Políticas públicas de apoyo a las empresas</td></tr>
<tr><td>2. ¿Qué factores de las características del negocio influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 - 2023?</td><td>2. Describir los factores de las características del negocio que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 - 2023.</td></tr>
</table>

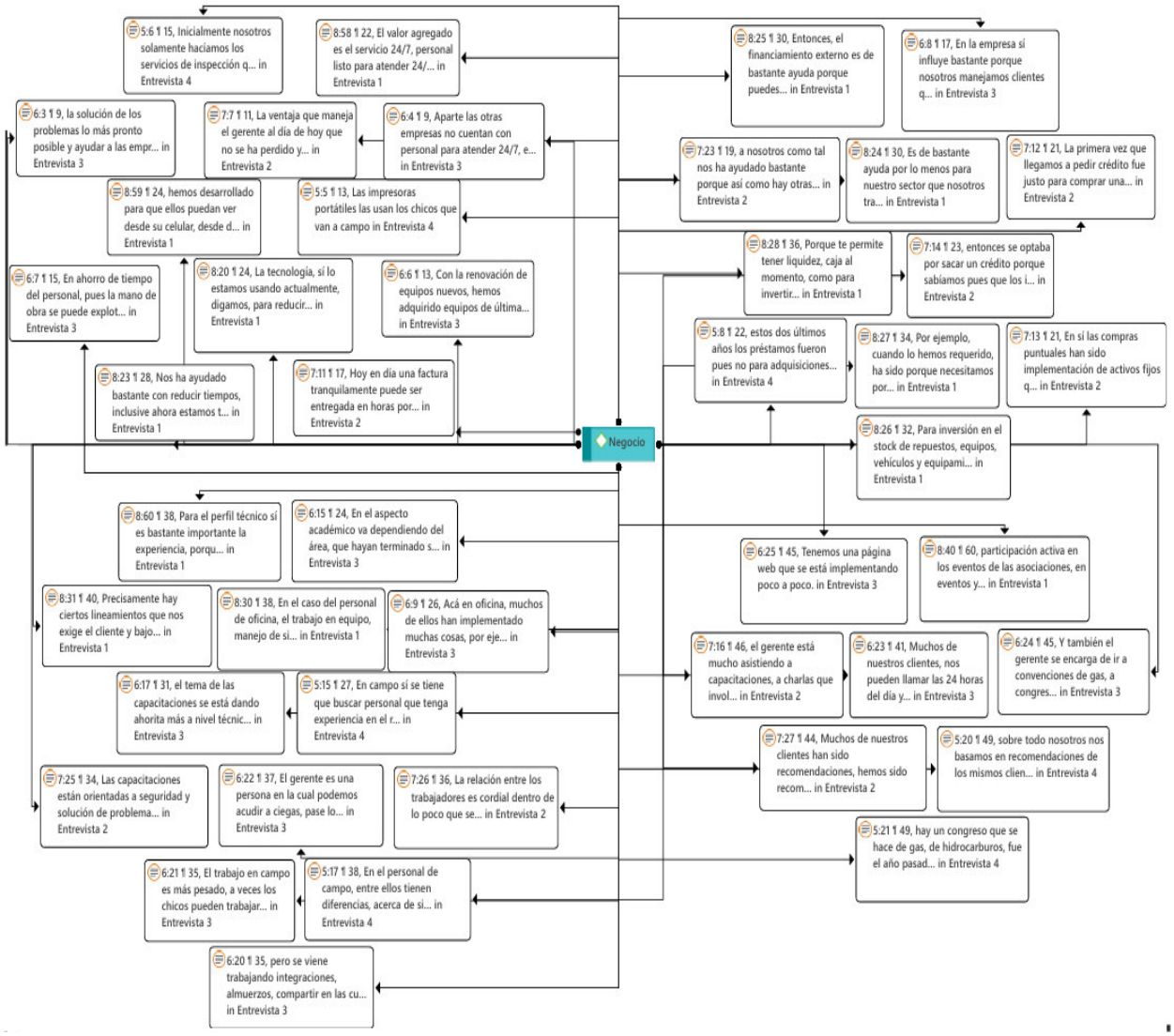
3. ¿Qué factores de las características del entorno influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 – 2023?	3. Describir los factores de las características del entorno que influyen en el crecimiento de una mype de mantenimiento de equipos de compresión de gas natural, 2019 - 2023.					

ANEXO E: Redes Atlas.Ti por código

Red de agente con sus citas



Red de negocio con sus citas



Red de entorno con sus citas

