

Análisis del perfil empresarial en la región de Huánuco, Perú: perspectivas y tendencias

Analysis of the business profile in the Huanuco region, Peru: perspectives and trends

Nathalie Zinzia Torero Solano de Martel ^{1,a}, Luis Horacio Salas Torres ^{2,b}

¹ Instituto de Educación Superior Juan Bosco de Huánuco, Huánuco, Perú.

² Universidad Autónoma de Coahuila, Coahuila, México.

^a Doctora en Administración de la Educación.

^b Doctor en Administración y Alta Dirección.

Resumen

Objetivo. Explorar y describir el perfil empresarial en la región de Huánuco (Perú). **Métodos.** Se siguió un enfoque cuantitativo, de naturaleza básica y nivel descriptivo. Se utilizó un diseño no experimental y transversal. La población objeto de estudio fueron las PYMES en la región de Huánuco, de las cuales fue seleccionada una muestra representativa. La recopilación de datos se llevó a cabo mediante una técnica de encuesta, utilizando un cuestionario estandarizado como instrumento. **Resultados.** Según los resultados obtenidos, un porcentaje significativo de los emprendedores encuestados consideró que las siguientes cualidades son las más valoradas en el perfil empresarial: visión, motivación, liderazgo,

Citar como:

Torero, N. y Salas, H. (2023). Análisis del perfil empresarial en la región de Huánuco, Perú: perspectivas y tendencias. *Innovación Empresarial*, 3(2), e27. <https://doi.org/10.37711/rcie.2023.3.2.27>

Análisis del perfil empresarial

asunción de riesgos y trabajo en equipo. **Conclusiones.** El análisis ha permitido identificar las características distintivas de las empresas locales, sus fortalezas y debilidades, así como las oportunidades y desafíos que enfrentan. Este estudio proporciona una visión integral del entorno empresarial en Huánuco, destacando la diversidad de sectores económicos presentes y la capacidad de adaptación de las empresas a las condiciones del mercado regional.

Palabras clave: *administración; empresa; empresa privada; gestión; organización.*

Abstract

Objective. Explore and describe the business profile in the Huanuco region (Peru). **Methods.** Followed a quantitative approach, basic and descriptive in nature. A non-experimental and cross-sectional design was used. The target population was SMEs in the Huanuco region, from which a representative sample was selected. Data collection was carried out by means of a survey technique, using a standardized questionnaire as an instrument. **Results.** According to the results obtained, a significant percentage of the entrepreneurs surveyed considered the following qualities to be the most valued in the business profile: vision, motivation, leadership, risk-taking and teamwork. **Conclusions.** The analysis has made it possible to identify the distinctive characteristics of local companies, their strengths and weaknesses, as well as the opportunities and challenges they face. This study provides a comprehensive view of the business environment in Huánuco, highlighting the diversity of economic sectors present and the ability of companies to adapt to regional market conditions.

Keywords: *administration; company; private enterprise; management; organization.*

INTRODUCCIÓN

La creación de valor no se limita únicamente a dominar una tarea; implica la habilidad de incorporar elementos nuevos y complementarios (Porter, 1980). En esta dinámica se refleja la aptitud para transformar recursos en riqueza, plasmar ideas en la realidad y encontrar soluciones sencillas para enigmas complejos. La esencia radica en descubrir los recursos y la energía requeridos para engendrar, idear y desvelar innovadoras formas de actuación. Este proceso creativo, que brinda soluciones a necesidades emergentes, introduce novedosos productos, servicios e innovaciones, y es liderado por emprendedores. La viabilidad a largo plazo de una empresa está intrínsecamente vinculada con su capacidad para capitalizar este proceso y mantenerlo en el tiempo (La cultura emprendedora en el Perú, s.f.).

A partir de la década de 1980, diversos cambios en la economía global, como la reducción de empresas estatales y el auge de tecnologías de comunicación, han transformado el entorno laboral. Estos fenómenos

también han influido en América Latina, incluyendo Perú, afectando políticas, empresas y sectores sociales (Jordán, 2017). En respuesta, las pequeñas y medianas empresas (PYMES) han surgido como motores de generación de empleo y producción. Los países exitosos en la lucha contra el desempleo han integrado a la población a través de empresas de distintos tamaños, permitiendo una mejor utilización de los recursos naturales y promoviendo el desarrollo tecnológico. Las PYMES en Perú, que constituyen el 76 % de la economía ocupada (INEI, 2020), han emergido como soluciones al subempleo y demuestran adaptabilidad en mercados cambiantes. Apoyar a estas empresas es crítico para impulsar la modernización y la integración económica en el proceso de desarrollo.

Las investigaciones abordan variados aspectos del emprendimiento y las MYPES en Perú. Entre estas Cubas et al. (2021) analizan factores que fomentan MYPES innovadoras en naciones en desarrollo. Alva et al. (2019) indagan la influencia de valores fundadores en la continuidad de MYPES familiares de salud en Trujillo. Avalos et al. (2017) estudian la facilidad para hacer negocios en Tacna y los obstáculos burocráticos. Buscaglia et al. (2017) exploran la intención emprendedora en Arequipa. Avolio (2012) examina el perfil de mujeres empresarias. Espino (2005) resalta la importancia de la educación y la cooperación para el desarrollo de las PYMES en Perú. Así mismo, antecedentes analizan el emprendimiento y la conducta proactiva en comerciantes de Huánuco (Arroyo y Serrano, 2019), o el nivel de emprendimiento en estudiantes de Administración en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán (Cárdenas y Villa, 2019).

El término "tasa de mortalidad empresarial" se relaciona directamente con el perfil del emprendimiento, al brindar una perspectiva crucial sobre el ciclo de vida de las empresas. Esta métrica muestra el porcentaje de empresas que cierran en un período dado y se considera parte integral del análisis del perfil emprendedor en una región o sector (Gutiérrez, 2019). Al combinar esta tasa con otros indicadores, como la tasa de natalidad empresarial y el crecimiento neto, se obtiene una visión completa de la dinámica empresarial. Factores como los desafíos económicos, las regulaciones gubernamentales y el acceso a los recursos financieros influyen en esta tasa, influyendo en la configuración del perfil emprendedor. Evaluarla a lo largo del tiempo permite desarrollar estrategias que apoyan la resiliencia y el éxito empresarial, fortaleciendo el perfil del emprendimiento en ese entorno específico (Audretsch, 2018; Fritsch, 2013; Veciana, 2018).

El trabajo de investigación "Análisis del perfil empresarial en la región de Huánuco: perspectivas y tendencias" se llevó a cabo para identificar fortalezas, fomentar el emprendimiento, informar políticas, tomar decisiones estratégicas y promover la competitividad en la región de Huánuco (Perú). Del mismo modo, busca contribuir a la generación de conocimiento local y responder así a los cambios socioeconómicos, apoyando el desarrollo sostenible y la educación empresarial.

La opinión mayoritaria (64,02 %) sobre la relevancia de los indicadores de emprendimiento destaca la importancia de estas herramientas precisas para evaluar el desempeño empresarial y subraya el impacto significativo del emprendimiento en la morbilidad y mortalidad empresarial en las PYMES de Huánuco. Además, la valoración alta (65,08 %) de los indicadores para medir el perfil del emprendedor resalta su influencia en la toma de decisiones y la gestión empresarial, lo que puede fortalecer el talento emprendedor en equipos, con un reconocido impacto en los indicadores de morbilidad y mortalidad empresarial en la región.

Durante la investigación, se podrían enfrentar obstáculos como la obtención de datos precisos, la limitación de recursos y la complejidad de los indicadores. Se sugiere establecer colaboraciones locales, gestionar eficientemente los recursos y justificar la elección de los indicadores. Además, se recomienda abordar la participación de las PYMES, adaptarse a los cambios en el contexto empresarial y realizar análisis profundos. Comunicar resultados de manera clara y obtener retroalimentación enriquecerá el proceso de investigación sobre el perfil empresarial en la región de Huánuco.

MÉTODOS

Tipo de estudio

La metodología adoptada en esta investigación se caracterizó por su enfoque mixto, con el propósito de lograr una comprensión científica más profunda, sin aplicaciones prácticas inmediatas (Dawson, 2018). Para este fin, se empleó un diseño no experimental y transversal, permitiendo la observación directa de los fenómenos en su estado actual y sin intervención (Saunders et al., 2015).

Población y muestra

El grupo de interés abarcó 22 677 microempresas, 693 pequeñas empresas, 15 medianas empresas y 15 grandes empresas en la región de Huánuco (Perú), con datos provenientes de la Cámara de Comercio e Industrias de Huánuco, para el período 2016-2022. Esta metodología fue empleada para evaluar el perfil emprendedor huanuqueño (Behar, 2008; Hernández-Sampieri et al., 2020).

Instrumentos de recolección de datos

La técnica utilizada en este estudio fue la encuesta, y el instrumento empleado fue un cuestionario diseñado con el propósito de obtener información relevante sobre el análisis del perfil empresarial en la región de Huánuco: sus perspectivas y tendencias. Además, el instrumento fue sometido a un proceso de revisión y corrección para garantizar su confiabilidad y validez.

Procedimientos de la recolección de datos

La recopilación de datos para este estudio de investigación se llevó a cabo utilizando medios electrónicos y plataformas en línea. Los participantes recibieron el cuestionario en formato digital y tuvieron la oportunidad de completarlo a través de una plataforma en línea. El tiempo estimado para completar la encuesta fue de aproximadamente 20 minutos por cada colaborador del estudio.

Análisis de datos

En el análisis de los datos para la caracterización y descripción de la variable de estudio, que se obtuvo a través de la aplicación de la encuesta, se aplicó el enfoque de la estadística descriptiva. Durante este proceso se establecieron niveles de medición para la muestra de estudio. La información recopilada se procesó utilizando el software estadístico SPSS en su versión 20.0.

Aspectos éticos

El estudio siguió los principios éticos esenciales, que incluyen la promoción del bienestar, la prevención del daño, el respeto por la autonomía y la equidad.

RESULTADOS

La opinión de los encuestados, al manifestar en un 64,02 % que los indicadores utilizados en la herramienta para medir el factor emprendimiento son muy importantes, refleja la relevancia del emprendimiento para sus negocios. Esto resalta además la importancia de contar con herramientas adecuadas y precisas para medir y evaluar el desempeño empresarial en relación con el factor emprendimiento de manera efectiva. Aceptamos por lo tanto que el factor emprendimiento propuesto tiene un impacto significativo en los indicadores de mortalidad empresarial de las PYMES en la región de Huánuco (ver Tabla 1).

Tabla 1

Factor emprendimiento

| | | fi | % |
|---------|-----------------------|-----|-------|
| Válidos | No es importante | 5 | 1,3 |
| | A veces es importante | 10 | 2,6 |
| | Moderado | 45 | 11,9 |
| | Importante | 76 | 20,1 |
| | Muy importante | 242 | 64,0 |
| | Total | 378 | 100,0 |

Según los resultados de la encuesta, el 65,08 % de los encuestados considera que los indicadores utilizados para medir el perfil del emprendedor son muy importantes, mientras que un 1,32 % piensa que

a veces son importantes. Es esencial destacar que el perfil del emprendedor puede ser un factor determinante en el éxito de una organización, ya que las características personales del líder pueden influir en la toma de decisiones, la gestión de recursos y el establecimiento de objetivos (Rodríguez, 2020).

Por lo tanto, contar con indicadores claros y efectivos para medir este factor puede ayudar a las organizaciones a identificar y potenciar el talento emprendedor dentro de sus equipos de trabajo. Aceptamos que el factor perfil del emprendedor propuesto tiene un impacto significativo en los indicadores de mortalidad empresarial de las PYMES en la región de Huánuco (ver Tabla 2).

Tabla 2
Factor perfil del emprendedor

| | | fi | % |
|---------|-----------------------|-----|-------|
| Válidos | No es importante | 10 | 2,6 |
| | A veces es importante | 5 | 1,3 |
| | Moderado | 42 | 11,1 |
| | Importante | 75 | 19,8 |
| | Muy importante | 246 | 65,1 |
| | Total | 378 | 100,0 |

DISCUSIÓN

La percepción de los encuestados es una valiosa indicación de la importancia del emprendimiento para el éxito de sus empresas. En este sentido, el hecho de que el 64,02 % de los encuestados haya manifestado que los indicadores utilizados en la herramienta para medir el factor emprendimiento son muy importantes sugiere que existe una conciencia creciente en la importancia de la iniciativa empresarial para el éxito de sus negocios. La formación y la profesionalización son factores clave para el éxito de cualquier empresa, especialmente en el contexto del emprendimiento (Ries, 2011). La base educativa sólida es fundamental para garantizar que los empresarios y emprendedores tengan las habilidades y el conocimiento necesarios para desarrollar sus negocios de manera efectiva (Mason, 2010). Además, la profesionalización de la gerencia puede contribuir a mejorar la gestión empresarial, aumentar la productividad y mejorar la competitividad de la empresa en el mercado (Espino, 2005).

De acuerdo con los hallazgos de la encuesta, el 65,08 % de los participantes valora la importancia de los indicadores que se emplean para medir el perfil del emprendedor, mientras que un 1,32 % considera que solo a veces son importantes. Es crucial resaltar que el perfil del emprendedor puede ser un factor decisivo para el desempeño exitoso de una empresa (Alemany, 2010). Dentro del perfil del empresario se encuentra la habilidad de demostrar un gran nivel de compromiso con el crecimiento de su empresa, lo cual se puede evidenciar en la cantidad de tiempo que invierte en la planificación y ejecución de sus proyectos empresariales (Suárez, 2018).

Por otra parte, es importante destacar que el compromiso y la dedicación del empresario son factores críticos para el éxito empresarial (Avolio, 2012). La capacidad de invertir tiempo y energía en la empresa, así como la habilidad de gestionar de manera efectiva los recursos y enfrentar los desafíos del mercado, son atributos que pueden marcar la diferencia en la competitividad y el crecimiento de una empresa.

Agradecimientos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a los empresarios de Huánuco, por compartir sus valiosas experiencias personales y profesionales conmigo. Sus enseñanzas han contribuido significativamente a mi crecimiento y desarrollo en el ámbito profesional.

REFERENCIAS

Alemany, L. (2010). *El Perfil del Emprendedor y su Impacto en el Éxito Empresarial*. Universidad de Navarra.

Alva Quilcat, J. M., Esquivel Mondoñedo, A. K., Juárez Ávalos, M., y Mantilla González, C. G. (2019). *Valores del fundador y continuidad de la empresa, caso de las Mypes familiares de salud de Trujillo* [Tesis de maestría, Universidad ESAN]. Repositorio Institucional de la Universidad ESAN. <https://hdl.handle.net/20.500.12640/1775>

Arroyo Santamaría, D., y Serrano Tocto, E. (2019). *Emprendimiento y su relación con la conducta proactiva en comerciantes del Mercado Modelo de Huánuco, 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Hermilio Valdizán]. Repositorio Institucional UNHEVAL. <https://hdl.handle.net/20.500.13080/5823>

Audretsch, D. B. (2018). *The Entrepreneurial Society*. Oxford University Press.

Avalos Carrera, J. C., Saldaña More, L. K., Torres Gutiérrez, L. F., y Villasís Arbulú, J. C. (2017). *Facilidad para hacer negocios en la Ciudad de Tacna* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio de Tesis PUCP. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/9430>

Avolio Alecchi, B. (2012). *Un estudio exploratorio del perfil de las mujeres empresarias en el Perú* [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio de Tesis PUCP. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/1601>

Behar Rivero, D. S. (2008). *Metodología de la investigación*. Ediciones Shalom.

Buscaglia Antuñano, A. D., Espinoza Gutiérrez, H. A., Rivera Pinto, S. D., y Zavala Díaz, T. J. (2017). *La*

- intención del emprendimiento en la ciudad de Arequipa* [Tesis de maestría, Universidad ESAN]. Repositorio Institucional de la Universidad ESAN. <https://hdl.handle.net/20.500.12640/1074>
- Cárdenas Hernández, A. J., y Villa Noreña, K. O. (2019). *Emprendimiento para la creación de negocios con innovación empresarial en los alumnos de la Escuela Profesional Ciencias Administrativas - UNHEVAL 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Hermilio Valdizán]. Repositorio Institucional UNHEVAL. <https://hdl.handle.net/20.500.13080/4780>
- Cubas Rosario de Moya, L. Y., Martínez Gonzales, R. C., Merino Yana, M. M., y Zevallos Rodríguez, L. L. (2021). *La influencia de los factores contextuales e individuales en la aparición de Mypes innovadoras en países emergentes: El caso de dos Mypes peruanas* [Tesis de maestría, Universidad ESAN]. Repositorio Institucional de la Universidad ESAN. <https://hdl.handle.net/20.500.12640/2411>
- Dawson, C. (2018). *Research Methods: The Basics*. Routledge.
- Espino Vargas, P. (2005). *Estrategia de Inserción en la Nueva Economía para las Pymes en el Perú* [Tesis de ¿maestría?, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio Institucional - UNITRU. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/1428331>
- Fritsch, M. (2013). *Entrepreneurship, Innovation, and Economic Crisis: Lessons for Research, Policy, and Practice*. Springer.
- Gutiérrez, C. (2019). Tasas de Mortalidad Empresarial: Análisis y Factores de Influencia. *Revista de Economía y Negocios*.
- Hernández-Sampieri, R., y Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill Education.
- Hopenhayn, H. (1992). Entry, exit, and firm dynamics in long run equilibrium. *Econometrica*, 60(5), 1127-1150. <https://doi.org/10.2307/2951541>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] (2020, 17 de junio). *En el Perú existen más de 2 millones 838 mil empresas*. <https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/534864?cv=1>
- Jordán Fuchs, R., Riffo Pérez, L., y Prado, A. (coords.) (2017). *Desarrollo sostenible, urbanización y desigualdad en América Latina y el Caribe: dinámicas y desafíos para el cambio estructural*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/b83172de-d3d6-4e45-a4d7->

e5c2adbc9ff0/content

Mason, C. (2010). Education and Training for Entrepreneurship: A Critical Review of the Evidence. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.

Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.

Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Crown Publishing Group.

Rodríguez, M. (2020). Liderazgo Empresarial: Claves para el Éxito Organizacional. *Revista de Administración y Gestión Empresarial*.

Saunders, M. N. K., Lewis, P., y Thornhill, A. (2015). *Research Methods for Business Students*. Pearson Education Limited.

Suárez, J. L. (2018). Compromiso Empresarial y Crecimiento: La Importancia del Empresario. *Revista de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial*.

Veciana, J. M. (2018). *Entrepreneurship and Regional Development: The Role of Clusters*. Edward Elgar Publishing.

Zorrilla Mejía, D. C. (2013). *Factores que contribuyeron a la sostenibilidad de los microemprendimientos juveniles en el distrito de San Juan de Lurigancho: Proyecto Jóvenes Pilas del Programa de Empleo Juvenil del INPET (2007-2009)* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio de Tesis PUCP. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/5508>

Contribución de los autores

NZTS: idea de investigación, análisis de resultados, discusión y revisión final del artículo.

LHST: análisis de resultados, discusión y revisión final del artículo.

Fuentes de financiamiento

La investigación fue realizada con recursos propios.

Conflictos de interés

Los autores declaran no tener conflictos de interés.

Correspondencia

Nathalie Zinzia Torero Solano de Martel

Dirección: Urb. Santa María del Huallaga Mz. I Lote 09, Amarilis, Huánuco, Perú.

Correo: nathalietorero@hotmail.com

Teléfono: 947455524