

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRION

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE FORMACION PROFESIONAL DE ADMINISTRACION



**“TRABAJO EN EQUIPO Y CRECIMIENTO
EMPRESARIAL EN LA CORPORACIÓN D&R
E.I.R.L., 2017”**

T E S I S

PARA OPTAR TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

PRESENTADO POR:

**Bach. JUSTINIANO YALICO, Serafin
Bach. ROQUE BALDEÓN, David Darwin**

Asesor: Mg. Ygnacio Alfredo PAITA PANEZ

PASCO PERÚ - 2018

**UNIVERSIDAD NACIONAL "DANIEL ALCIDES CARRION"
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

ESCUELA DE FORMACION PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

**TITULO
"TRABAJO EN EQUIPO Y CRECIMIENTO
EMPRESARIAL EN LA CORPORACIÓN D&R
E.I.R.L., 2017"**

PRESENTADO POR:

**Bach. JUSTINIANO YALICO, Serafin
Bach. ROQUE BALDEÓN, David Darwin**

SUSTENTADO Y APROBADO ANTE LOS JURADOS

**Mg. Nelly Luz FUSTER ZUÑIGA
PRESIDENTE**

**Dr. Otto MENDIOLAZA ZUÑIGA
MIEMBRO**

**Dr. José Antonio CARDENAS SINCHE
MIEMBRO**

Yanacancha, Abril de 2018

A Dios todo poderoso por darme
sabiduria

Serafin

A mis padres, por haberme dado la
vida

David

AGRADECIMIENTO

A nuestra alma máter la “Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión”, así como a los docentes de la Escuela de Formación Profesional de Administración, por sus enseñanzas, conocimientos durante la permanencia en las aulas de la Universidad y permitir desarrollar nuestras habilidades y competencias en ciencias Administrativas.

Al Dr. Alcides Eusebio ESPINOZA LEON por su continuó asesoramiento para la culminación del trabajo de investigación.

Consideramos oportuno también agradecer a nuestros colegas de estudios y amistades que nos acompañaron en las aulas, y a todas las personas que permitieron lograr nuestra meta, ser profesionales.

Serafin y David

PRESENTACION

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO CALIFICADOR:

En cumplimiento a las disposiciones vigentes del reglamento de grados y títulos de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Formación Profesional de Administración, dejamos a consideración la Tesis intitulada **“TRABAJO EN EQUIPO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA CORPORACIÓN D&R E.I.R.L., 2017”** con el propósito de optar el título profesional de Licenciado en Administración.

Esperamos, que este trabajo de investigación se constituya en una contribución efectiva para la entidad mencionada, trabajadores, docentes y alumnos interesados en el tema.

Serafin y David

INTRODUCCION

Con mucha satisfacción presentamos y ponemos en consideración el trabajo de investigación intitulado **“TRABAJO EN EQUIPO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA CORPORACIÓN D&R E.I.R.L., 2017”** nos nace la idea debido a que es un sueño crecer como empresa para y lograr resultados que permitan expandirse en el mercado.

Con la investigación anhelado profundizar el tema de trabajo en equipo y esta nos facilite herramientas para desarrollar como empresa en el mundo competitivo.

Los temas están orientados a proporcionar una información de interés, por ello, se dividió el trabajo en cuatro capítulos.

El **Capítulo I, Planteamiento de Problema**, aquí se ha realizado el diagnóstico por el cual motivó a llevar acabo el estudio, formulación del problema, objetivos, justificación del estudio y limitaciones de la investigación.

En el **Capitulo II, Marco Teórico y Conceptual**, pues se detalla el sustento científico por el cual se ha realizado el trabajo de investigación.

En el **Capítulo III, Metodología y Técnicas de Investigación**, aquí nos referimos a las técnicas empleadas para llevar a cabo el diagnóstico de la situación de la entidad en nuestro medio, para ello abordamos la población y la muestra respectiva y las técnicas para la recolección, procesamiento y análisis de datos.

En el **Capítulo IV, Resultados Obtenidos**, presentamos el análisis de los resultados obtenidos mediante la aplicación del cuestionario y tabulados en el SPSS 24

Serafin y David

INDICE

Pág.

ACTA DE SUSTENTACIÓN	
DEDICATORIA	
PRESENTACIÓN	
INTRODUCCIÓN	

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción de la realidad	10
1.2 Delimitación de la investigación	12
1.3 Formulación del problema	12
1.3.1. Problema general	12
1.3.2 Problemas específicos	12
1.4 Formulación de objetivos	13
1.4.1 Objetivo general	13
1.4.2 Objetivos específicos	13
1.5 Justificación de la investigación	14
1.6 Limitaciones de la investigación	14

CAPITULO II

MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

2.1	Antecedentes del estudio	15
2.2	Bases teóricas – científicas relacionados con el tema	29
2.3	Definición de términos básicos	52

CAPITULO III

METODOLOGIA Y TECNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1	Tipo y nivel de investigación	55
3.1.1.	Tipo de investigación	55
3.1.2.	Nivel de investigación	56
3.2	Método de investigación	56
3.2.1.	Método de investigación	56
3.2.2.	Diseño de la investigación	56
3.3	Universo y muestra	57
3.3.1.	Universo del estudio	57
3.3.2.	Universo social	57
3.3.3.	Población de la investigación	57
3.3.4	Muestra de la investigación	58
3.4	Formulación de Hipótesis	58
3.4.1.	Hipótesis general	58
3.4.2.	Hipótesis específicas	59
3.5	Identificación de variables	59
3.6	Operalización de variables e indicadores	59
3.7	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	60
3.8	Técnicas de procesamiento y análisis de datos	61

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS

4.1 Descripción del trabajo de campo	62
4.2 Presentación, análisis e interpretación de resultados obtenidos	63
4.3 Contrastación de hipótesis	83

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCION DE LA REALIDAD

La CORPORACIÓN DAVID & ROSA Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, tienen como Nombre Comercial: CORPORACIÓN D & R E.I.R.L. iniciando sus operaciones el 8 de febrero de 2007, su actividad económica es obtención y dotación de personal, y la actividad principal el alquiler de maquinaria pesada, según el CIIU¹ 7730.

¹ Consulta RUC en: <http://www.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/FrameCriterioBusquedaMovil.jsp>

Nuestros principales clientes es la Empresa Comunal de Servicios Múltiples Rancas con RUC Nro 0130680896, nombre comercial ECOSERM RANCAS, muy a pesar del paradigma de la relación minería y comunidad, Ecosem Rancas se ha convertido en una empresa especializada en brindar servicios de asesoría y consultoría para el desarrollo y supervisión de proyectos ambientales, civiles y de construcción principalmente en la industria minera (<http://www.ecosermrancas.com.pe/>).

Como empresa proveedora nos sentimos muy complacidos de brindar servicios complementarios a una de las más importantes empresas comunales del país.

Sin embargo se nos hace un poco difícil implicar plenamente al total de los colaboradores de la empresa para desarrollar el sentido de equipo, para ver como sus acciones y desempeño laboral afectan a los demás miembros de la empresa.

Para lograr el crecimiento empresarial necesitamos conocer cómo desarrollar la integración de los trabajadores en un equipo de trabajo y de esta manera los colaboradores disfruten del trabajo que realizan.

1.2. DELIMITACION DE LA INVESTIGACIÓN

Teniendo en consideración que es difícil lograr el crecimiento empresarial, consideramos importante presentar la delimitación siguiente:

DELIMITACION ESPACIAL

El espacio geográfico que abarca la presente investigación comprende el Distrito de Chaupimarca.

DELIMITACION TEMPORAL

El periodo de estudio está comprendido entre los meses de Enero a Julio de 2017.

DELIMITACION SOCIAL

Se considera a todos los trabajadores de la Corporación D&R E.I.R.L.

1.3. FORMULACION DEL PROBLEMA

1.3.1. PROBLEMA GENERAL

¿De qué manera el trabajo en equipo se relaciona con el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L., 2017?

1.3.2. PROBLEMAS ESPECIFICOS

a) ¿De qué manera la comunicación interna se relaciona con el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.?

- b)** ¿De qué manera la participación activa se relaciona con el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.?
- c)** ¿De qué manera la gestión de emociones se relaciona con el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.?

1.4. FORMULACION DE OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

Establecer la relación entre trabajo en equipo y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L., 2017.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- a)** Establecer la relación entre comunicación interna y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.
- b)** Establecer la relación entre participación activa y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.?
- c)** Establecer la relación entre gestión de emociones y crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.?

1.5. JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN

Justificación teórica

El propósito de nuestra investigación es buscar una reflexión y discusión académica sobre trabajo en equipo y crecimiento empresarial.

Razones que motivan la investigación

La investigación tiene un fin práctico, debido a que propondrá estrategias de trabajo en equipo para lograr el crecimiento empresarial.

Importancia del tema de investigación

La importancia de la investigación tiene énfasis en desarrollar una actividad sistemática y metódica, buscando en forma intencionada los conocimientos existentes.

Relevancia futura

La investigación servirá como fuente de información para profundizar sobre trabajo en equipo y desarrollo empresarial.

1.6. LIMITACION DE LA INVESTIGACION

Las principales limitaciones se presentan en el tiempo, debido a la labor que desempeñamos y de información debido a que no se cuenta con libros, revistas actualizadas en nuestra biblioteca Universitaria.

CAPITULO II

MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

Después de realizado una búsqueda en las diferentes fuentes de información, hemos encontrados las investigaciones siguientes:

- a) **Espinoza Somocursio** (2015). En su tesis “Trabajo en equipo de los colaboradores de la fuerza de ventas de Tatoon Adventure Gear², Perú 2015”. Perú, llega a las conclusiones siguientes: Se determina que el trabajo en equipo de los colaboradores de la fuerza de ventas de Tatoon Adventure Gear, Perú 2015, es “regular” con respecto a la

² Tatoon Adventure Gear, es una cadena sudamericana de ropa técnica para hombre y mujer, equipo para camping, trekking, escalada, montañismo y aventuras al aire libre, ventas online.

escala propuesta para el instrumento de investigación, tal como lo evidencia el 85.7% de la población de estudio y una media de 2.5 ± 0.36 en la escala, por lo que se concluye que el trabajo en equipo se manifiesta de manera parcial y no en su totalidad, es decir que la cooperación entre los miembros del equipo es limitada y solo algunas veces procura conseguir propósitos comunes, lo cual termina enmarcando las acciones en el término medio de su potencial, limitando las actividades que los integrantes podrían ejecutar para alcanzar los objetivos del equipo. La principal virtud del trabajo en equipo en Tadoo radica en la confianza, pues la creencia de que cada uno intenta dar lo mejor de sí mismo es latente, sin embargo también se reconoce que su dimensión más baja es la coordinación, esencialmente por que los llamados a ser los guías de las tiendas han desarrollado poco las características del liderazgo necesarias para ordenar el trabajo en las tiendas, por otra parte existe una complementariedad escasa porque casi todos los miembros del equipo llevan a cabo sus labores de venta en todas las líneas de productos sin especializarse en una en concreto, el compromiso es insuficiente porque la mayoría de vendedores se identifica poco con el propósito común, y por último se evidencia que la comunicación es deficiente debido a que las relaciones son abiertas pero limitadas. Así mismo se recalca que de todas las tiendas a nivel nacional, Tadoo Larcomar es la tienda con mayor

tendencia a percibir el trabajo en equipo como regular (93%), seguido de Tatoon Pirqa (80%) y finalmente por Tatoon Cusco (75%); todas las tiendas respaldan el resultado en la amplia mayoría de sus trabajadores; Se concluye que la dimensión “complementariedad” se presenta en la clasificación “regular” con una media de 2.4 ± 0.49 , tal como lo respalda el 64% de la población de estudio. La tienda con mayor tendencia a percibir la complementariedad como regular es Tatoon Pirqa (80%), seguida de Tatoon Larcomar (63%) y finalmente por Tatoon Cusco (50%), la cual también admite un 50% de percepción buena sobre la complementariedad. Por otro lado se pudo establecer que el dominio de tareas, el autoconocimiento y la sinergia son debilidades de la complementariedad a nivel nacional, mas no así el conocimiento, pues este se constituye como una fortaleza constante en todas las tiendas; Se concluye que la dimensión “compromiso” califica como “regular” con una media de 2.5 ± 0.51 , tal como lo evidencia el 54% de la población. Se concluye también que la tienda con mayor tendencia a percibir al compromiso como regular es Tatoon Pirqa (60%), seguida de Tatoon Larcomar (53%) y finalmente por Tatoon Cusco (50%), la cual expresa también un 50% de percepción buena sobre el compromiso. Por otro lado se pudo establecer que la responsabilidad, las metas comunes y la cooperación son debilidades del compromiso en todas las tiendas, y que por otro lado la proactividad es una fortaleza con mayor

incidencia en Tadoo Pirqa y Tadoo Larcomar; Se concluye que la “comunicación” alcanza una media de 2.4 ± 0.49 , tal como lo describe el 64% de la población, por lo cual se clasifica como “regular”. En esta dimensión la tienda con mayor tendencia a establecer la comunicación como regular es Tadoo Pirqa (80%), seguida de Tadoo Cusco (62%) y finalmente por Tadoo Larcomar (60%). Por otro lado se pudo establecer que la asertividad, la honestidad y la comunicación no verbal son debilidades de la comunicación en todas las tiendas, pero que por otro lado la escucha activa se posiciona como una fortaleza, especialmente en Tadoo Cusco; Se concluye que la “confianza” es la dimensión mejor puntuada dentro de los componentes del trabajo en equipo pues en ella se encuentra el mayor porcentaje de percepciones favorables, alcanzando una media de 2.7 ± 0.48 (equivalente a “bueno” según la escala), tal como lo respalda el 68% de la población. Por lo expuesto se establece que la confianza es la principal fortaleza del trabajo en equipo de los colaboradores de la fuerza de ventas de Tadoo Adventure Gear, Perú 2015. Por otro lado se pudo establecer que el cumplimiento de acuerdos es una debilidad de la confianza a nivel nacional, pero que la libertad de expresión, el empowerment y la autoconfianza son fortalezas prevalentes en todas las tiendas de Tadoo en el Perú; Se concluye que la calificación de la dimensión “coordinación” es “regular” con una media de 2.3 ± 0.36 , tal como lo

evidencia el 75% de la población. La coordinación es la dimensión con la percepción más desfavorable y es por ello que debe ser considerada como la principal debilidad del trabajo en equipo de la población de estudio. Se destaca también que la tienda con mayor tendencia a percibir a la coordinación como regular es Tatio Cusco (100%), seguida de Tatio Pirqa (80%) y finalmente por Tatio Larcomar (60%). Por otro lado se pudo establecer que el liderazgo, la organización de funciones, la adaptabilidad y el trabajo armónico son debilidades de la coordinación en todas las tiendas de Tatio en nuestro país, y que no se presenta ninguna fortaleza en esta dimensión.

- b) Montoya Pineda**, Revista de investigaciones “Startups: tendencias en América Latina y su potencialidad para el crecimiento empresarial”, Colombia, (2015), el resultado de la investigación concluye: La importancia de analizar las tendencias parte de la prioridad de no quedar por fuera de las coordenadas que está marcando la evolución empresarial en la región y contempla la urgencia de dar vida a la planificación de largo alcance; esta recomendación es la resultante de comparar lo afirmado por expertos como los autores de la Escuela Sueca de la Investigación Administrativa, uno de cuyos máximos exponentes es la Universidad de Gotenburgo, particularmente Erich Renham, quien desde 1973 ha propuesto abiertamente los postulados de la Teoría del Management

para el Crecimiento (junto a Richard Normann, 1977), la cual comprende la organización como un sistema social colectivo y asociado, y que aborda la cultura más allá de los mitos, las imágenes y la política; abarca también el conocimiento y el aprendizaje organizacional que permite la transformación producida por la innovación dirigida. Esta teoría de planificación de largo alcance ha sido continuamente comprobada en las compañías innovadoras del hemisferio occidental; También resulta preponderante analizar las tendencias para conectarse con la corriente mundial de subvaloración de las "teorías ingeniosas" y en su reemplazo, empezar a valorar en justa medida la teorización generada por las buenas prácticas de las empresas innovadoras. Y de igual forma, para establecer así auténticas redes de co-working y networking, que estimulen el eLearning sobre startups en la región. Además, estar al tanto de lo que sucede en América Latina permite a lo local ir en la cresta de la ola en la era de la institucionalización de la innovación; Por otra parte, resulta beneficioso mirar las escuelas empresariales desde arriba, desde el centro del proceso creativo y creador, para configurar nuevas realidades, incluyendo las experiencias de las Pymes en diálogo abierto con las propuestas académicas de creación de conocimiento que genere valor. Tal conclusión lleva a la máxima lección de Karl Weick, por ejemplo, quien recomienda "construir un mapa que lo lleve a uno adelante"

(2001:125). ¿Con qué bases construir ese mapa? La teoría del pensamiento divergente orienta al respecto: las cuatro escuelas de pensamiento creativo (Guilford, De Bono, Osborn y Csikszentmihalyi) lejos de ser opuestas, son complementarias y coinciden en que el pensamiento divergente es un concepto análogo a la creatividad, toda vez que ayuda a generar nuevas ideas o conceptos, de apertura, diferenciadoras y transformadoras. Como afirman sus autores, el pensamiento lógico (hipotético deductivo) deja de ser útil cuando se trata de buscar soluciones a problemas nuevos que necesiten nuevas ideas, especialmente en el mundo actual cambiante y complejo en el que es posible que las soluciones "normales/convencionales" ya no funcionen. Si algo requiere una startup hoy en día es utilizar las técnicas específicas de pensamiento crítico y creativo, para generar, evaluar, desarrollar, pulir e implantar ideas novedosas y útiles para encontrar oportunidades de negocio y generar crecimiento; Por su parte, las referencias de Mintzberg y Ahlstrand (2013:112) aportan una importante reflexión sobre la prioridad de responderse preguntas tales como: ¿dónde está la oportunidad?, ¿cómo puedo capitalizarla?, ¿qué recursos necesito?, ¿cómo obtengo el control sobre ellos?, ¿qué estructura es la mejor?, ¿para dónde va el mundo y cómo puedo conectarme productivamente con sus tendencias?, ¿debo aplicar una estrategia, cuál?. En su libro Safari a la estrategia los autores abren otra

discusión con un análisis que apunta a que los estados de innovación en las empresas logren sus objetivos: cuatro de las diez escuelas de gerencia estratégica, categorizadas por los profesores, podrían servir a este propósito; la escuela de poder (donde la estrategia es un proceso de negociación), la escuela cultural (donde la estrategia es un proceso colectivo), la escuela empresarial (donde la estrategia es un proceso visionario) y la escuela de aprendizaje (donde la estrategia es un proceso emergente; Desde el concepto de alianzas estratégicas, las cadenas y las estrategias colectivas se imponen necesarias en el contexto regional, con el fin de sentar las bases de aplicación de estudios, trabajos e investigaciones sobre la potencialidad de acuerdos basados en la cooperación, la asociatividad y la clusterización como punto de partida para investigar y desarrollar nuevos productos conjuntos. Podría lograrse a través del concepto de "empresas conjuntas", definidas como alianzas estratégicas donde los socios adoptan posiciones de equidad en nuevos negocios que han creado; y por otro lado, pueden redefinirse los "acuerdos cooperativos" como formas de cooperación que no son equitativas –como los contratos a largo plazo, las licencias, las franquicias y los acuerdos no cancelables—. Como lo afirman los profesores Mintzberg y Ahlstrand (2013:49): "cada día las empresas conjuntas parecen inventarse una nueva forma creativa"; Dentro del amplio escenario de tipologías de

alianzas estratégicas, según Pekar (1994) el desarrollo de las startups en la región podría acelerarse con la publicidad en colaboración (co-branding), sociedades para I+D+I (investigación, desarrollo e innovación conjunta), acuerdos de servicios de arrendamiento financiero (para proporcionar servicios de financiación a firmas y gobiernos de la región y extranjeros), distribución compartida, transferencia de tecnología, licitación cooperativa, fabricación conjunta, sociedades entre gobiernos e industrias, subproductos internos e intercambio de licencias. Por su parte y haciendo referencia a la importancia de tener una organización reactiva en tiempos de cambio, tema que atraviesa el análisis de las startups, analistas y expertos como Hogarth y Makridakis hablan de "la previsión de las discontinuidades" que resulta "prácticamente imposible": "muy poco o nada puede hacerse aparte de estar preparados en un sentido general para reaccionar rápidamente una vez se enfrenta la discontinuidad; por lo tanto, para la planificación, la única opción es extrapolar las tendencias presentes (...) la previsión a largo plazo –dos años o más– es notablemente inexacta" (1981:122). Puede inferirse, con ello, que el startuper de hoy haría bien evitando la asimetría de la información parcial, local o sesgada, ya que quien no tiene toda la información tomará decisiones mayormente arriesgadas o mayormente erradas; y que debido a esto, debería participar activamente en todos los espacios

informativos que incluso son ignorados por las instancias estatales de los países de la región como fuentes de riqueza. Y para dejar algunos interrogantes más, que el startuper actualizado debería desarrollar un pensamiento complejo y holístico, integrador de fuerzas, evitando basarse exclusivamente en la información completamente formalizada (informes contables, informes de investigaciones de mercado en los negocios, encuestas de opinión) para proponer estrategias o decidir si crece sin ninguna estrategia; Gracias a las conclusiones de los estudios de Prodem, se infiere que las opciones y los procesos empresariales para desarrollar habilidades deben promoverse a través del sistema educativo, como una forma de evitar o mitigar las desventajas asociadas con el inicio de una carrera empresarial. A nivel universitario, esto implica que en la región debe ponerse un esfuerzo especial en la promoción de las capacidades empresariales entre los estudiantes y, paralelamente, orientar labores de promoción de estos perfiles con miras a generar reformas institucionales para que el cambio sea posible. Así mismo, se debe desarrollar una plataforma institucional de capital social y asistencia técnica para brindar soporte a los proyectos empresariales regionales, con el fin prioritario de ayudar a todos los empresarios y para compensar las desventajas de origen que enfrentan las empresas latinoamericanas en relación con las de otras regiones del mundo. Y finalmente, se observa la tendencia

recomendada de promover estrategias para el desarrollo de redes emprendedoras, que intenten unir esfuerzos en torno a los contactos globales y estrechar relaciones entre las Pymes. Por lo demás, falta un juicio a las herramientas para entender la dinámica de los mercados, el cual debe asumirse por su utilidad más que por su carácter novedoso; estas herramientas se han aplicado desde distintos frentes para evaluar el impacto de las startups en sus procesos de desarrollo del brand value y en los mercados, tales como las curvas de valor de la competencia o strategy canvas (variables valoradas por el cliente y actores principales, ayudan a identificar y a representar gráficamente toda esa información que es clave al reinventar la posición en el mercado); o la matriz RICE/ERIC (reducir-incrementar-crear-eliminar, para definir la propuesta de valor; todas ellas podrían estar marcando las tendencias en los próximos años para las startups divergentes. Analistas de la región, como Magnus Erantes (inversor en la firma de capital de riesgo Harvard Angels) y Humberto Matsuda (socio director y vicepresidente de la firma de capital de riesgo Performa Inversiones) coinciden en que la línea de negocio de las startups no es un auge momentáneo y han pronosticado que el volumen de operaciones movido por las empresas emergentes de América Latina irá a más en los próximos años.

c) **Tello Correa** (2014). En su tesis "Financiamiento del capital de trabajo para contribuir al crecimiento y desarrollo de la micro y pequeña empresas comerciales en el distrito de Pacasmayo". La investigación se desarrolló en el Distrito de Pacasmayo procurando resolver el siguiente problema principal: ¿En qué medida se da el Financiamiento para mejorar el Capital de Trabajo de las Micro y Pequeñas Empresas (MYPES) del distrito de Pacasmayo? El objetivo general de la investigación ha sido "analizar el nivel de financiamiento de las Entidades No Bancarias y cuál es su incidencia en el desarrollo de las Micro y Pequeñas empresas del distrito de Pacasmayo, la Hipótesis General que se ha planteado es el siguiente: ¿Si el financiamiento en el Capital de Trabajo no es el adecuado y oportuno, entonces esto no contribuirá al crecimiento y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresas Comerciales del Distrito de Pacasmayo?. Se utilizó métodos y técnicas de encuesta y observación del grado de las políticas de financiamiento a las Mypes en el distrito de Pacasmayo: "Estos negocios o empresas han sido creados con la finalidad de solucionar el problema del desempleo, por parte de las personas que deciden desarrollar su propio negocio o empresa, pero adquieren un problema de liquidez al cual acuden a un financiamiento el cual es mayormente a las cajas municipales de ahorros y créditos, cooperativas de ahorro y crédito y financieras ya que estas se especializan en dar créditos a las Mypes. Durante los

últimos años, los cambios en el ambiente de los negocios han afectado positivamente al desarrollo de las mismas. El creciente énfasis en proporcionar valor a los clientes, y en un adecuado funcionamiento de los créditos proporcionados a las Micro y Pequeñas Empresas. EL presente trabajo, trata ¿Si el financiamiento en el Capital de Trabajo no es el adecuado y oportuno, entonces esto no contribuirá al crecimiento y desarrollo de la Micro y Pequeña Empresas Comerciales del Distrito de Pacasmayo. Determinándose que las fuentes de financiamiento a las Mypes en Pacasmayo surgen de las Entidades No Bancarias como son las Cajas de Ahorro y Crédito Municipal, las Cajas de Ahorro y Crédito Rurales y Cooperativas de Ahorro y Crédito y en un menor proporción por parte de los Bancos localizados en Pacasmayo; para el desarrollo del trabajo de las Mypes investigación que logra contrastando la hipótesis y sus objetivos.

- d) Gámez & Torres.** En su tesis “Las técnicas de grupo como estrategia metodológica en la adquisición de la competencia de trabajo en equipo de los alumnos universitarios” (2013). Presenta los resultados: Desde el marco del Espacio Europeo de Educación superior se promueve una adaptación del proceso de enseñanza-aprendizaje por medio de la renovación pedagógica introduciendo en el aula un mayor número de metodologías activas o participativas con el fin de dotar al alumnado de una mayor autonomía en dicho

proceso. Para ello se debe tener en cuenta la incorporación de las competencias básicas dentro de los currículos universitarios, en especial la de “trabajo en equipo”. Mediante las técnicas de grupo el alumnado podrá adquirir destrezas interpersonales y cognitivas así como habilidades que le capaciten para enfrentarse a distintas situaciones grupales a lo largo de su trayectoria académica y profesional. Estas técnicas son necesarias no sólo como estrategia metodológica dentro del aula, sino como instrumento de reflexión en el alumnado para la valoración de su comportamiento grupal, con el fin de modificar las estrategias de conducta que hacen que las relaciones con los demás influyan en su proceso formativo. De ahí la importancia de esta competencia al sensibilizar al alumnado de forma positiva para el trabajo colectivo. Así, utilizando el método de investigación-acción en un aula universitaria durante un semestre y haciendo una intervención sistemática con distintas técnicas de grupo, conseguimos por medio de un análisis de datos cualitativos, donde el grupo de discusión y la reflexión personal han sido los instrumentos elegidos, exponer los resultados obtenidos.

- e) **Laredo García** (2013). En la Revista de Ciencias Empresariales “Influencia del trabajo en equipo en la adaptación a entornos laborales cambiantes: caso Adecco Perú”, concluye: El trabajo en equipo influye positivamente en la adaptación a entornos laborales cambiantes de los trabajadores del Dpto. CSC de Adecco Perú S.A.;

La necesidad del trabajo a trabajar en equipo, la satisfacción del personal, la cooperación entre compañeros, la comunicación eficaz, la adopción de distintos roles, la mejora continua y la retroalimentación; son factores relacionados con el trabajo en equipo presentes en el Dpto. CSC de Adecco Perú S.A.; La mayoría de los trabajadores del Dpto. CSC de Adecco Perú S.A perciben un óptimo trabajo en equipo en su área; Las buenas relaciones interpersonales, escasos reconocimientos, el buen liderazgo, cooperación y comunicación de los jefes, escasas actividades de integración en el área y las frecuentes actividades de integración en la empresa son factores relacionados con la adaptación a entornos laborales cambiantes presentes en el Dpto. CSC de Adecco Perú S.A.; La mayoría de los trabajadores del Dpto. CSC de Adecco Perú S.A aún se encuentran en proceso de adaptación a entornos laborales cambiantes.

2.2. BASES TEORICAS – CIENTIFICAS RELACIONADAS CON EL TEMA

2.2.1. TRABAJO EN EQUIPO

2.2.1.1. TRABAJO EN EQUIPO - DEFINICIÓN

Según De la Cruz (citado en Rodas, 2017) indica que el trabajo en equipo implica la unión de varias personas que trabajan de forma

coordinada para la realización de un proyecto y el desempeño se propicia de forma conjunta no individual a eso se debe los resultados, los miembros que conforman el equipo están especializados en diferentes áreas, cada uno de ellos tiene una responsabilidad de cumplir un proyecto con éxito.

Koontz, Wehrich y Cannice (citado en Rodas, 2017) explican que se conforman por una cierta cantidad de personas con habilidades complementarias que se comprometen con un propósito común, una secuencia de desempeño y una perspectiva de lo que todos son mutuamente responsables.

Winter (citado en Rodas, 2017) refiere que es un conjunto de individuos que trabajan unidos para mejorar un proceso, influye el conocimiento y la experiencia que posee cada miembro del equipo para alcanzar verdaderas mejoras con un trabajo colaborativo no individual.

2.2.1.2. DESARROLLO DE LOS EQUIPOS

Amaru (citado en Rodas, 2017) explica que es un proceso dinámico que permite perfeccionar las competencias de las personas que los integran, con el fin de convertirlos en equipos efectivos y de alto rendimiento, deben ser pasos constantes que enfatizan en momentos

importantes; en ocasiones los miembros realizan una reunión para conocerse o ya habían tratado, pero no compartían labores estas son situaciones que pueden justificar una intervención deliberada.

A. Técnicas de desarrollo de equipos

Según el mismo autor, algunas se derivan de factores como definir objetivos, organización, creación de desafíos o conformidad social, a continuación se describen otras maneras que un gerente y el propio equipo pueden analizar.

- ✓ Promover el conocimiento mutuo, ya que es una de las principales preocupaciones de las personas que integraran un equipo de conocer a los demás, por lo tanto el líder debe contribuir en este aspecto.
- ✓ Crear una identidad con distintivos, uniformes o logotipos que indiquen a que departamento pertenece, colocar un nombre al área que se relacione al producto o actividad en la que trabajaran ya que esto contribuye a sentirse parte del colectivo.
- ✓ Instituir normas de alto desempeño, las cuales dependen de cada integrante, son los patrones adecuados de comportamiento.
- ✓ Ofrecer capacitación continua, debido a que es una estrategia efectiva para el desarrollo de competencias básicas u otras

más complejas las cuales se dan a través de la experiencia, por esto lo ideal es la combinación de ambas, formación y aprendizaje para despertar las habilidades necesarias para un desempeño ideal.

- ✓ Dar recompensas por el desempeño a cada integrante, se debe reconocer sus esfuerzos y participación, los incentivos son la mejor manera para mantener a una persona satisfecha.
- ✓ Crear un clima de apertura intelectual, es necesario estimular la creatividad, evitar las ideas sin fundamentos más bien poseer un juicio más analista, todo esto para evitar jerarquías y producir un clima de apertura, otra situación productiva es dejar el autoritarismo para que las ideas fluyan con libertad.

B. Etapas de desarrollo de equipos

Robbins (citado en Rodas, 2017) menciona que los equipos están siempre en constantes cambios porque es un proceso dinámico, pero a pesar de ello la evolución siempre tiene un patrón general por eso existen cinco etapas que son:

- ✓ Formación. La primera etapa que se caracteriza por la incertidumbre en cuanto a propósito, estructura y liderazgo, los integrantes están en espera para establecer comportamientos que sean aceptables; este paso termina

cuando por fin logran sentirse identificados y se consideran parte de un equipo.

- ✓ Tormenta. Al principio se reflejan conflictos entre los integrantes, si están conscientes de la existencia del equipo pero aún no resisten el control que hay a sus individualidades, de otra forma hay expresión de diferencias específicamente por quien guiara el equipo.
- ✓ Normalización. En esta se resuelven las indiferencias, se consolidan las relaciones y empiezan a tener integridad, se siente el espíritu de equipo porque existe mayor sentimiento de identidad como conexión; finaliza al momento que la estructura se fortalece, cada uno asimila el comportamiento laboral adecuado.
- ✓ Desempeño. La unión esta canalizada a cumplir con las funciones necesarias, se entienden unos con otros y cada quien conoce sus tareas delegadas, todo esto en el caso que sea un equipo permanente, por otro lado si solo serán temporales para realizar una tarea específica provisional esta es la última etapa.
- ✓ Terminación: Finalización del proceso, la finalidad de hacer un buen desempeño en las tareas cambia y se dirige a terminar todo.

2.2.1.3. TIPOS DE EQUIPOS

Robbins (citado en Rodas, 2017) refiere que se clasifican de acuerdo con sus objetivos y son:

- ✓ Equipos funcionales. Están integrados por el gerente y los subordinados de un área, la finalidad es que con frecuencia se dirigen los esfuerzos a mejorar actividades laborales o problemas específicos de la unidad.
- ✓ Equipos para resolver problemas. Comparten ideas o dan sugerencias para mejorar los proceso o métodos de trabajo, un ejemplo de esto son los círculos de calidad, los colaboradores con supervisores comparten responsabilidades y se reúnen con frecuencia para discutir temas acerca de la calidad, investigar posibles problemas, sugerir soluciones también las medidas necesarias, por supuesto que son referidas a la dirección que por lo general toma las decisiones de implementar las soluciones recomendadas.
- ✓ Equipos auto administrativos. También se llaman de autogestión y las organizaciones con frecuencia los implementan debido a que es un colectivo formal de colaboradores que operan sin necesidad de contar con el gerente, se hacen responsables de todo el proceso o una parte de éste, hace entrega del producto o servicio al cliente; de manera que estos equipo controlan su ritmo de trabajo, determinan

adecuadamente sus funciones, establecen los tiempos de descanso e inspeccionan el propio trabajo incluso evalúan su rendimiento entre ellos mismos.

- ✓ Equipos interfuncionales. Los integrantes son casi de mismo nivel jerárquico, pero de diferentes departamentos de la empresa y se reúnen para una tarea concreta, entre las ventajas es que proveen un medio para que empleados de diferentes áreas intercambien información, impulsen nuevas ideas, resuelvan problemáticas y coordinen tareas complicadas. A pesar de esto son difíciles de administrar por la diversidad de personalidades, pero no se debe olvidar que todo lo que aporta a los equipos reducirá con el tiempo, al final se familiarizaran unos con otros, es decir será un equipo más compacto por eso es que la confianza y el trabajo en equipo se adquieren con el tiempo.

2.2.1.4. HABILIDADES PERSONALES Y SOCIALES PARA EL TRABAJO EN EQUIPO

Sánchez (citado en Rodas, 2017) menciona que al trabajar en conjunto las personas debe poseer características como:

- ✓ Liderazgo. No es una cualidad innata, los líderes pueden aprender ya que el desempeño depende de los conocimientos que obtiene de sí mismo así con esto poder estimular a los demás, por ello los fines

de un líder es obtener resultados a través de otros; las características que definen una buena práctica de liderar son la búsqueda de sentido, la comprensión, enfocarse en compartir la misión u objetivos hacia el fin de poner en marcha las estrategias, también proyectar un sentido de pertenencia para obtener éxito, sin olvidar lo esencial que es lograr desarrollar autenticidad y una habilidad comunicativa adecuada con su equipo.

- ✓ Comunicación. Existen características principales para que la información sea eficaz, al interactuar se debe tener en cuenta las expectativas, necesidades e intereses de los receptores, debe existir un compromiso de anunciar claramente y escuchar a los miembros, con esto se cumple la transparencia que exige este proceso.
- ✓ Coordinación. Un equipo depende del resultado final en conjunto y no del trabajo individual, por ello es necesario aceptar las opiniones de cada uno para que las funciones se realicen de manera integrada, con el fin de aprovechar la especialización o habilidad de cada uno.
- ✓ Colaboración. Supone cooperar entre los componentes del equipo de trabajo para alcanzar la consecución de un fin en común, cada miembro necesita un espacio para desarrollar sus labores aunque interaccione con los demás, debe existir una colaboración coordinada ya que es el fin que de todo trabajo colectivo persigue

2.2.1.5. COMUNICACIÓN EN EL EQUIPO

Chiavenato (citado en Rodas, 2017) menciona que las empresas recurren a los equipos para enfrentar problemas debido a que ahora existe un entorno global o competitivo, por lo tanto cuando las funciones que se deben desempeñar son complejas todos los miembros deben compartir datos para resolverlo entonces se requiere de flujos libres comunicativos en varias direcciones, los colaboradores deben estar en constante interacción; al momento que ejecutan tareas rutinarias sin procesar mensajes la convierten en centralizada es decir una persona como supervisor recibirá la información así libera a los demás para seguir en el desarrollo de sus labores, entonces el trabajo en equipo demanda una intensa comunicación porque es la base que influye en el desempeño y satisfacción.

Por ello existe esta red centralizada a través de un líder al cual los empleados dan la información, con ello dar resolución urgente porque las decisiones son tomadas por una sola persona, a diferencia de la descentralizada en la que participan y dialogan entre todos para llegar a una decisión final, en este sentido ayuda a dar solución con más rapidez a causa de que varios participan; además otro aspecto que deben tomar en cuenta las organizaciones es lo complicado de las situaciones que los integrantes enfrentaran (Rodas, 2017).

Por su parte Aguado, Lucía y Arranz (citado en Rodas, 2017) explican también que la comunicación en un equipo es fundamental y requiere que cada colaborador se empeñe en transmitir bien los mensajes o conocimientos indispensables con claridad, señalan que el proceso de difusión entre el equipo sirve para compartir, expresar el acuerdo o desacuerdo de una manera asertiva a fin de orientar las conductas; así pues es un factor de éxito ya que toda interacción está fundamentada en comunicación por eso la importancia de que sea efectiva. Por esta razón lo que los se necesitan canales libres, tolerancia de los demás, escucha activa, una correcta utilización de los medios y maneras de comunicarse.

2.2.2. CRECIMIENTO EMPRESARIAL

2.2.2.1. DEFINICION DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Respecto a crecimiento empresarial, Weinzimmer (1993), agrupo en tres bloques:

- ✓ La mayoría de los trabajos están enfocados en el estudio de las consecuencias del crecimiento empresarial, más que en analizar las causas de dicho crecimiento.
- ✓ La teoría está fragmentada debido a la carencia de un modelo integrador para estudiar los múltiples determinantes del crecimiento de la organización.

- ✓ Las inconsistencias e insuficiencias están presentes en relación con definiciones y medidas de crecimiento empresarial.

Canals Margalef (2000) enfoca el crecimiento no como un objetivo primordial de la empresa, sino como un medio para alcanzar otras metas, de tal forma que internamente promueva el pleno rendimiento de los factores productivos, al buscar su mayor eficiencia o como respuesta a un entorno competitivo que obliga a la empresa a expandirse para evitar la pérdida de competitividad futura. Así, “una empresa que no crezca en un sector que no crece tiene un solo modo de sobrevivir: reducir continuamente su estructura de gastos o evitar que éstos crezcan” (Canals Margalef, 2000), de ahí la necesidad imperante de la búsqueda constante de oportunidades de negocio que evite la disminución drástica de la rentabilidad y genere, al tiempo, nuevas y esperanzadoras expectativas a los inversionistas.

Adoptar una estrategia de crecimiento determinada no se consigue exclusivamente con la calidad y afán emprendedor del equipo directivo, con la adecuación de manera eficaz de los medios de producción y comercialización de los negocios de la empresa, con las ventajas competitivas en el mercado de sus productos y servicios fabricados o vendidos, sino que el crecimiento debe venir también avalado por una correcta planificación financiera que permita equilibrar la

empresa con el plan de actuación que se va a acometer (Cuervo García, 1987).

El 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 Santana, 2005).

2.2.2.2. OBJETIVOS DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Penrose (1962), establece, que el crecimiento empresarial viene impulsado desde la necesidad racional de búsqueda del beneficio. En este sentido, la citada autora aborda esta idea desde dos vertientes claramente diferenciadas; por un lado, aplicado al ámbito personal, basado “en la suposición psicológica de que los aumentos en la renta y en las riquezas implican ventajas personales para dicho individuo, lo cual le incita a obtenerlos en la medida de lo posible”.

Desde el punto de vista personal, se genera un comportamiento de reconocimiento social que induce al empresario o al directivo a emprender nuevas oportunidades de negocio que generen más beneficio; esto se traduce en lo que la citada autora denominó el espíritu emprendedor del empresario. De esta forma se justifica la actitud del directivo, cuyo interés se centra en retener la mayor cuantía de los beneficios empresariales para reinvertirlos en nuevas alternativas de negocio, más que a repartirlos en forma de dividendos (Penrose, 1962).

Correa Rodríguez cuando afirma que no sólo la dirección de las grandes empresas busca el crecimiento para incrementar su función de utilidad, sino que éste es también perseguido por los directivos de las pequeñas y medianas empresas, en quienes es más frecuente que coincida propiedad y dirección, “dado que en este caso la satisfacción de sus necesidades se encuentra aún si cabe más ligada a la supervivencia de la organización” (Correa, 1999).

Aggarwal y Samwick (2003) analizan en su trabajo las dos explicaciones que la teoría de la agencia proporciona ante el proceso de diversificación de una empresa: reducción del riesgo y obtención, por parte de la dirección, de beneficios personales. Estos autores concluyen que los directivos son más propensos a buscar nuevas formas de

negocios más por el beneficio personal que les reporta, que para reducir el riesgo de la empresa.

Whetten (1987) unifica la consecución del beneficio tanto desde el punto de vista personal como desde el empresarial, al afirmar que el crecimiento es señal inequívoca de una correcta administración a lo largo del tiempo y que el tamaño es una característica deseable de cualquier organización (mientras más grande mejor). Al tiempo, asume la eficiencia como un concepto equivalente al crecimiento, en el sentido de demostrar el buen saber de sus dirigentes. De ahí que el crecimiento sea la tendencia natural de cualquier empresa.

Mantener o incrementar la posición competitiva de una empresa respecto a sus competidores incita, por lo tanto, la búsqueda de planteamientos que promuevan el crecimiento como medida para alcanzar el posicionamiento ideal buscado por el empresario; en este sentido, el crecimiento empresarial adopta la forma de estrategia empresarial, toda vez que dicho concepto viene a expresar “el nexo de unión entre la empresa y su entorno” (Grant, 1995).

Como señalan Navas López y Guerras Martín (1996), analizar las estrategias de crecimiento o desarrollo es referirse a las estrategias corporativas o globales, por la implicación de la decisión adoptada con

respecto a la empresa en su conjunto; incluso llega a ser necesaria la redefinición del campo de actividad en el que va a operar la empresa, al adquirir una gran importancia no ya sólo los cambios cuantitativos o de tamaño que se producen en una empresa en crecimiento, sino también la consideración de aquellos aspectos cualitativos que inciden en la forma o modalidad de crecimiento.

2.2.2.3. PERSPECTIVAS SOBRE EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Blázquez, Dorta y Verona (2006), entre las principales perspectivas que tienen mayor aplicación en el ámbito organizacional, se encuentran las siguientes:

a) Perspectiva de configuración del crecimiento o perspectiva del ciclo de vida.

Una de las teorías más desarrolladas sobre el crecimiento empresarial se atribuye, según Whetten (1987), a Boulding (1950), quien realizó un acercamiento entre la biología y la economía, al describir a la sociedad como un gran ecosistema en el que cada organización se comporta según la interacción entre una ley interior de crecimiento y la supervivencia ante un entorno hostil con otros organismos.

Desde esta perspectiva, la empresa va evolucionando por fases, donde cada fase es consecuencia de una revolución de la anterior, lo cual genera una curva de crecimiento gradual con períodos de crecimiento interrumpidos por crisis volátiles. Así, la empresa va evolucionando hacia la siguiente fase de crecimiento (Greiner, 1972). La lógica de este modelo de crecimiento discontinuo es que en cada fase de crecimiento la empresa debe adoptar una configuración específica, que viene determinada por las relaciones entre el tamaño, la edad, la estrategia, la estructura de organización y el entorno.

De esta manera aparece la teoría del ciclo de vida como perspectiva que soluciona uno de los principales dilemas que emergen de la búsqueda de la explicación teórica del crecimiento empresarial, centrado en determinar si éste es el resultado de un proceso inevitable o si, por el contrario, es totalmente intencional. Surgen, entonces, desde nuestro punto de vista, dos grandes ramas en el desarrollo teórico del crecimiento empresarial, en los que se aborda el crecimiento como proceso inevitable y forzado por fuerzas externas a la organización o como una decisión consciente y premeditada que satisfaga los intereses de los elementos implicados en dicho desarrollo.

En este sentido, la teoría del ciclo de vida considera dicho proceso una consecuencia inevitable para sobrevivir en un entorno cada vez más competitivo, en el que las empresas se ven obligadas a importar continuamente recursos para crecer y mejorar, y evitar de esta forma caer en un estado de decadencia y muerte prematura de la organización. De acuerdo con Elston (2002), esta perspectiva sugiere que las empresas más jóvenes y pequeñas crecerán más rápido que las de mayor dimensión, hasta alcanzar un tamaño crítico o sostenible.

También, Menguzzato Boulard y Renau Piqueras (1995) relacionan el crecimiento empresarial con las distintas fases del ciclo de vida de la empresa, al separar las estrategias de crecimiento en función de las subfases que acompañan a la fase inicial de crecimiento. Estos autores señalan, por un lado, la estrategia de crecimiento estable, caracterizada por entrañar pocos riesgos, debido a que la falta de competencia posibilita un acompañamiento del crecimiento de la empresa con el crecimiento del mercado, y de esta forma se consigue mantener una cuota de mercado estable. Por el otro, señalan la estrategia de crecimiento real, en la que factores como la motivación de los directivos, la entrada de nuevos competidores o la inestabilidad de ciertos sectores hacen que la estrategia propuesta conduzca a unas tasas de crecimiento mayores que las del mercado,

con políticas agresivas de expansión, o bien mediante la búsqueda de la diversificación tanto horizontal como vertical.

Desde este enfoque han surgido innumerables trabajos que se agrupan bajo los planteamientos estocásticos del crecimiento, que toman como asunción o como implicación deseable la ley del efecto proporcional de Gibrat, la cual señala que el crecimiento es el resultado de diversas fuerzas o factores que actúan de forma proporcional en el tamaño de las empresas. Entre los trabajos que han adoptado dicha ley como presunción en el análisis del crecimiento se encuentra en Albach (1967).

Sin embargo, la disparidad de opiniones que surge de la revisión de los trabajos empíricos que aplican este planteamiento teórico hace que todavía tenga vigencia la afirmación de Suárez Suárez (1979), quien argumenta que la diversidad y falta de resultados concluyentes de los distintos trabajos realizados bajo las hipótesis que establece la ley proporcional de Gibrat hace que nada pueda afirmarse con respecto a su validez.

b) Perspectiva basada en los recursos

La teoría del ciclo de vida fue tempranamente refutada por Penrose (1962), quien argumentó la falta de hallazgos empíricos que

apoyaran la analogía de la organización con el proceso o ciclo de vida natural, en el que las empresas están abocadas a morir o que las etapas del ciclo de vida son función de su edad.

Penrose (1962) rechaza abiertamente este tipo de teorías, porque no dan cabida a uno de los factores que dicha autora considera imprescindible en el crecimiento empresarial, como es la motivación y la decisión humana para afrontar y desarrollar un proyecto empresarial. Por lo tanto, introduce la siguiente vertiente teórica que aborda el crecimiento como una declaración intencionada de propietarios y directivos. La citada autora, precursora de la teoría de la empresa basada en los recursos, se centra en la noción de la empresa como una combinación de recursos productivos heterogéneos, cuya aplicación y uso a lo largo del tiempo se determina por decisiones administrativas. Así, “los servicios productivos inactivos son a la vez un reto a las innovaciones, un aliciente para la expansión y la fuente de ventajas competitivas” (Penrose, 1962).

De esta forma, el modelo de crecimiento basado en la teoría de recursos se centra en la existencia de recursos con capacidad sobrante, susceptibles de ser empleados en nuevas áreas de actividad como inductores a la decisión del crecimiento empresarial

en el que, sin duda, desempeña un papel primordial la actitud emprendedora del empresario o directivo.

Tal y como señalan Fahy y Smithee (1999), en la década de los ochenta la teoría basada en los recursos comenzó a tener un mayor desarrollo y un número importante de investigadores se centraron en definir y buscar dichos recursos. Entre ellos quizá el más destacado fue Wernerfelt (1984), quien sugirió que la evaluación de la empresa, en relación con sus recursos, puede conducir a percepciones diferentes de la perspectiva tradicional, al identificar los recursos con los activos, tanto tangibles como intangibles, que forman parte de la empresa permanentemente.

En cambio, otros autores se centraron en el análisis e integración de los recursos disponibles por la empresa y su influencia en las decisiones de estrategia corporativa, lo cual incidió en la búsqueda de relaciones entre los recursos y capacidades de la empresa y el entorno competitivo en el que ésta se mueve (Cuervo García, 1979) o en la implantación de un modelo dinámico que justifique en qué medida los recursos disponibles por la empresa generan estrategias futuras de crecimiento (Itami y Numagami, 1992; Forcadell, 2003).

c) Perspectiva basada en la motivación

Si bien existen distintas teorías de motivación que Abad Guerrero (1996) agrupó, por un lado, en aquellas que inciden fundamentalmente en el proceso que da lugar a la motivación y, por el otro, en las que se preocupan de determinar las necesidades del individuo; desde el punto de vista de la teoría de la organización, el desarrollo de la teoría de motivación se le atribuye a Miner (1990), quien argumenta que existe un sistema específico de motivación o compendio de valores asociados con el éxito en diferentes contextos organizacionales. Dicho autor considera que los empresarios están más centrados en desarrollar un sistema de tareas o rutinas que en adoptar un sistema de rol más apropiado para el papel de alta dirección que deben desempeñar. De esta forma, considera que adoptar una actitud más positiva hacia el logro personal, la búsqueda del feedback, la innovación personal, la orientación hacia el futuro o evitar riesgos innecesarios incrementará las posibilidades de éxito de la empresa.

En el ámbito de lo empírico se ha podido constatar la existencia, al menos, de dos tendencias diferenciadas en el estudio de la motivación. Por un lado, aquellos trabajos en los que la motivación ha sido mostrada como causa principal de la eficacia directiva en las

organizaciones fuertemente jerarquizadas, bien a través del estudio del deseo y la motivación de los directivos para realizar el papel que se requiere en dicha organización (Miner, Ebrahimi y Wachtel, 1995), o mediante el análisis de las distintas motivaciones que se pueden dar entre hombres y mujeres dentro de las organizaciones jerarquizadas (Ebrahimi, Young y Luk, 2001).

En definitiva, la perspectiva basada en la motivación ayuda a entender por qué algunos empresarios o directivos actúan de una manera determinada o cómo afrontan mayores riesgos en determinadas decisiones, sobre todo en lo referente al crecimiento empresarial; mientras que otros, con idénticos e incluso mayores recursos, no desarrollan una actitud más emprendedora. De ahí que dicha perspectiva se centre más en las actitudes individuales que en el conjunto de la organización o, como especifican Davidsson y Wiklund (1999), en la estructura de gobierno como unidad de análisis.

2.2.2.4. MEDIDA DE CRECIMIENTO

Para, Blázquez, Dorta y Verona (2006), el crecimiento empresarial puede ser abordado desde distintas perspectivas, es evidente que dicho proceso puede ser medido asumiendo también tal presunción.

De esta forma, el aumento de la cuota de mercado, el número de nuevos productos que oferta, el número de nuevos clientes que capta, etc. podrían ser buenos indicadores del crecimiento que ha experimentado la empresa. Sin embargo, tal conjetura no deber ser adoptada sin especificar con claridad la magnitud que interesa ser medida y en el que la relación causa-efecto justifique la idoneidad de las variables utilizadas para realizar dicha medición.

A este respecto, Whetten (1987) especifica el sentido que debe darse a este proceso, señalando que el tamaño es una medida absoluta de la dimensión de una organización, generalmente basada en el número de empleados, el total de ingresos o el volumen de activos productivos; mientras el crecimiento es una medida relativa del tamaño que debe ser observada a lo largo del tiempo.

Por otro lado, Weinzimmer (1993) apunta también una serie de inconsistencias atribuidas a la medida del crecimiento de la empresa, que ha generado serias limitaciones al estudio de dicho proceso. La primera de las inconsistencias la atribuye a la falta de acuerdo sobre la calificación y medida de crecimiento, en el que la dimensión debe ser considerada un concepto multidimensional, pese a que algunos autores la han estudiado de forma unidimensional. Esta carencia de acuerdo sobre el concepto y la forma de medir el crecimiento ha derivado en la falta de concreción de los

indicadores más adecuados para realizar dicha medición; así, mientras unos utilizan las ventas como indicador de crecimiento, otros usan indicadores como el número de empleados, el beneficio, la producción, el valor añadido o el activo.

**Cuadro Nro 1
Medidas de crecimiento**

Variable(s) seleccionada(s) para medir la dimensión empresarial	Autor/Año
Activo total neto	Albach (1967) Suárez Suárez (1979b, 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)

2.3. DEFINICION DE TÉRMINOS BÁSICOS

Confianza, según Laurence Cornu, doctora en filosofía: “la confianza es una hipótesis sobre la conducta futura del otro.

Comunicación interna, para Max Tello la comunicación interna es “transmitir un mensaje con el objetivo de provocar un efecto específico, lo que supone no solo tener la capacidad de hablar, sino también de escuchar, de prestar atención a los demás”

Crecimiento, se considera como el proceso de mejora de una empresa que la impulsa a alcanzar determinadas cuotas de éxito en el mercado (en: <https://definicion.de/?s=crecimiento>).

Crecimiento de ventas, Según, el prestigioso Philip Kotler: “el concepto de venta es otra forma de acceso al mercado para muchas empresas, cuyo objetivo, es vender lo que hacen en lugar de hacer lo que el mercado desea”. Entonces crecimiento en ventas es el incremento de colocaciones de unidades en el mercado.

Crecimiento de patrimonio, es el incremento de los bienes de una empresa.

Crecimiento de inversiones, es el incremento en un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias (en: <https://www.definicionabc.com/>).

Gestión de emociones, es tener una gestión eficaz de sus emociones para poder vivir con una mayor serenidad. Este autoconocimiento también es la base para potenciar las relaciones personales positivas (en: <https://www.definicionabc.com/>).

Objetivos, según Chiavenato (1999), objetivo es el fin último al que se orienta una acción u operación.

Opinión, es el juicio que se forma sobre algo cuestionable (en: <https://definicion.de/opinion/>).

Normas, es una regla que debe ser respetada (en: <https://definicion.de/opinion/>)

Participación activa, es involucrar en las decisiones relativas a la representación más amplia y diversa de los intereses de la sociedad, más allá de los requerimientos legales (en: www.mapama.gob.es).

Reinversión, La reinversión significa que parte de los beneficios o réditos obtenidos por una Empresa no se reparte, sino que se destina a la adquisición de nuevos activos fijos. Cuando las empresas reinvierten se están autofinanciando, pues expanden su Capital sin recurrir al crédito o financiamiento externo. (en: <http://www.eco-finanzas.com/>)

Respeto, es la consideración o el acatamiento que se hace a alguien. (<https://definicion.de/opinion/>).

Trabajo en equipo, El trabajo en equipo se define como la unión de dos o más personas organizadas de una forma determinada, las cuales cooperan para lograr un fin común que es la ejecución de un proyecto (en: <https://www.randstad.es/>).

CAPITULO III

METODOLOGÍA Y TECNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

3.1.1. Tipo de Investigación

De acuerdo al propósito de la investigación, los problemas y objetivos formulados en el trabajo, la investigación fue considerada como básica, se llevó a cabo sin fines prácticos inmediatos, para ello nos basamos en la información existente sobre trabajo en equipo y crecimiento empresarial (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

3.1.2. Nivel de Investigación

El nivel de investigación es descriptivo - correlacional, debido a que se describió trabajo en equipo y el crecimiento empresarial, para luego estudiar la correlación de las dos variables (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

3.2. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. Método

El método que se aplicó en la investigación fue deductivo determinando los hechos más importantes del fenómeno, deduciendo las relaciones y en base a ello se formuló las hipótesis, observando la realidad para comprobar las hipótesis.

3.2.2. Diseño

El diseño que se empleó fue no experimental, transeccional correlacional, se ha realizado sin manipular las variables, teniendo como objeto describir la relación entre dos variables en un momento dado (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Teniendo en cuenta el siguiente esquema:

Se describe la relación (X → Y)

Donde:

- M : Muestra
X : Trabajo en equipo
Y : Crecimiento empresarial
r : Relación entre las variables de estudio

3.3. UNIVERSO Y MUESTRA

3.3.1. Universo del Estudio

El universo de Estudio para la presente investigación comprende a la totalidad de empresas de la provincia de Pasco.

3.3.2. Unidad de Análisis

Para la unidad de análisis se ha establecido en la Av. Circunvalación Arenales Nro s/n Urb. Cerro de Pasco, correspondiente al Distrito de Chaupimarca.

3.3.3. Población de la investigación

La población se refiere a la totalidad de las unidades de análisis y para la investigación se ha considerado a 4 trabajadores de la Corporación David & Rosa Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (Corporación D & R E.I.R.L.).

3.3.4. Muestra de la Investigación

Se tomó una muestra intencional, debido a que la población y la muestra son similares. Además, la cantidad estadísticamente es pequeña, razón por la cual se llevó a cabo un abordaje censal; es decir se ha tomado a todos los elementos de estudio.

Nro	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO
1	Alvites Nalvarte, Sunil Samuel	Operador Excavadora
2	Melgarejo Rojas, Jhonny Carlos	Operador Excavadora
3	Roque Baldeón, David Darwin	Titular Gerente
4	Rojas Rivera, Percy	Operador Excavadora

Fuente: Planilla Electrónica o PLAME ante la SUNAT (2017-10)
Elaboración: Propia

Entonces la población y muestra es lo mismo, haciendo un total de cuatro trabajadores.

3.4. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

3.4.1. Hipótesis General

Existe relación directa y significativa entre el trabajo en equipo y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L., 2017

3.4.2. Hipótesis Específicas

- a) Existe relación directa y significativa entre la comunicación y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.
- b) Existe relación directa y significativa entre la participación activa y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.
- c) Existe relación directa y significativa entre la gestión de emociones y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.

3.5. IDENTIFICACION DE VARIABLES

Identificamos las variables siguientes de acuerdo al problema y las hipótesis formuladas:

Hipótesis General

Variable Independiente

X = Trabajo en equipo

Variable Dependiente

Y = Crecimiento empresarial

3.6. OPERALIZACION DE VARIABLES E INDICADORES

OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable Independiente: trabajo en equipo	Conjunto de personas con habilidades y experiencias complementarias, con interdependencia, implicación y colaboración, que dirigen sus esfuerzos para lograr un objetivo en común.	Comunicación interna	Ambiente de confianza y respeto, objetivos claros y aceptados, se comunica las dificultades
		Participación activa	Normas internas, todos participan en las tareas, se toman decisiones en consenso, los miembros están comprometidos
		Gestión de emociones	Clima de trabajo agradable, la discusión se enfoca en hechos, se respeta la opinión de los demás.
Variable dependiente: crecimiento empresarial	Según Penrose (1962) "el crecimiento se caracteriza por la acción compleja de las modificaciones internas que desembocan en un aumento de las dimensiones y cambios en las características de los objetos sometidos a tal proceso"	Crecimiento en ventas, flujo de caja	Bajo, regular, alto, muy alto
		Crecimiento en patrimonio, inversiones	Bajo, regular, alto, muy alto
		Reinversión de ganancias	Porcentaje de reinversión de ganancias 00%, 10%,20%,30%.

3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

3.7.1 Instrumentos

El instrumento es la herramienta que se ha utilizado para recolectar y registrar la información, entre los principales instrumentos que se ha utilizado en el desarrollo de la investigación son: Cuestionario y guía de análisis documental

3.7.2 Técnicas de Recolección de Datos

Técnica de recolección de datos, es el conjunto de procedimientos organizados para recolectar datos correctos que conllevan a: medir una variable o conocer una variable.

Las principales técnicas que utilizaremos en el desarrollo de la investigación, serán:

- a) Encuestas
- b) Análisis Documental

3.8. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para analizar los datos recolectados en la encuesta que se ha aplicado, se hizo uso de la Estadísticas descriptiva y probabilística, mediante el análisis grafico de cada una de las preguntas.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS

4.1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

A continuación, presentamos los resultados obtenidos después de aplicar el cuestionario a cuatro trabajadores de la Corporación D&R E.I.R.L., lo cual constituyo el total de la población.

Los datos se obtuvieron del instrumento trabajo en equipo y crecimiento empresarial, seguidamente se presentó en tablas y figuras construidas mediante el SPSS 24, para posteriormente analizar los resultados de la investigación.

4.2. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS

En seguida presentamos los resultados mediante tablas y figuras de acuerdo a cada variable:

VARIABLE INDEPENDIENTE: Trabajo en equipo.

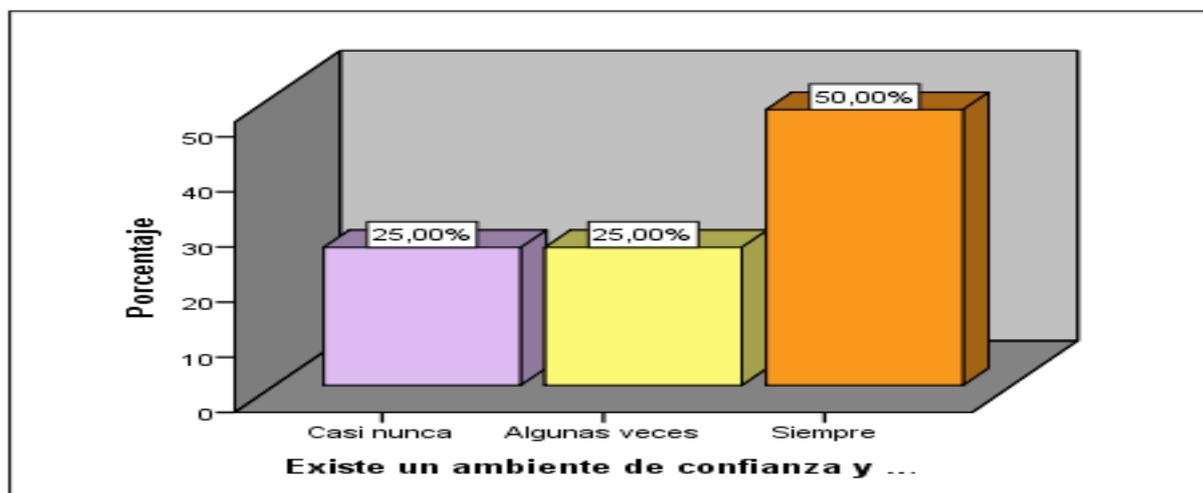
Tabla 1

Existe un ambiente de confianza y respeto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	25,0	25,0	25,0
	Algunas veces	1	25,0	25,0	50,0
	Siempre	2	50,0	50,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Instrumento de recolección de datos (encuesta)

Figura 1



Interpretación:

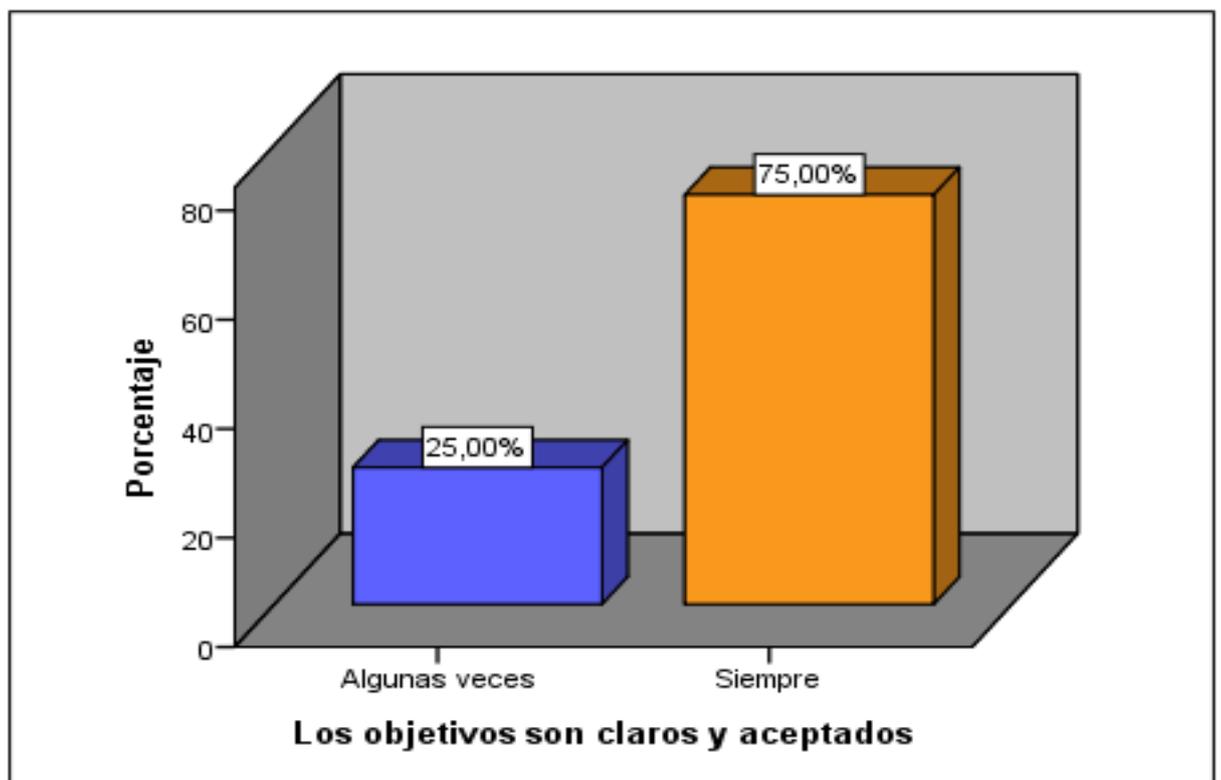
Según la información obtenida de los encuestados, se puede apreciar que el 50% señaló que siempre existe un ambiente de confianza y respeto, el 25% afirmó algunas veces y un 25% declara casi nunca. La mayoría de los trabajadores consideran que existe en la empresa un ambiente agradable y de mutuo respeto.

Tabla 2
Los objetivos son claros y aceptados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	25,0	25,0	25,0
	Siempre	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 2



Interpretación:

Según la información obtenida de los encuestados, se puede apreciar que el 75% señaló que siempre los objetivos son claros y aceptados y el 25% afirmó algunas veces. La mayoría de los trabajadores consideran que los objetivos son claros y aceptados en la empresa permitiendo superar obstáculos y dificultades.

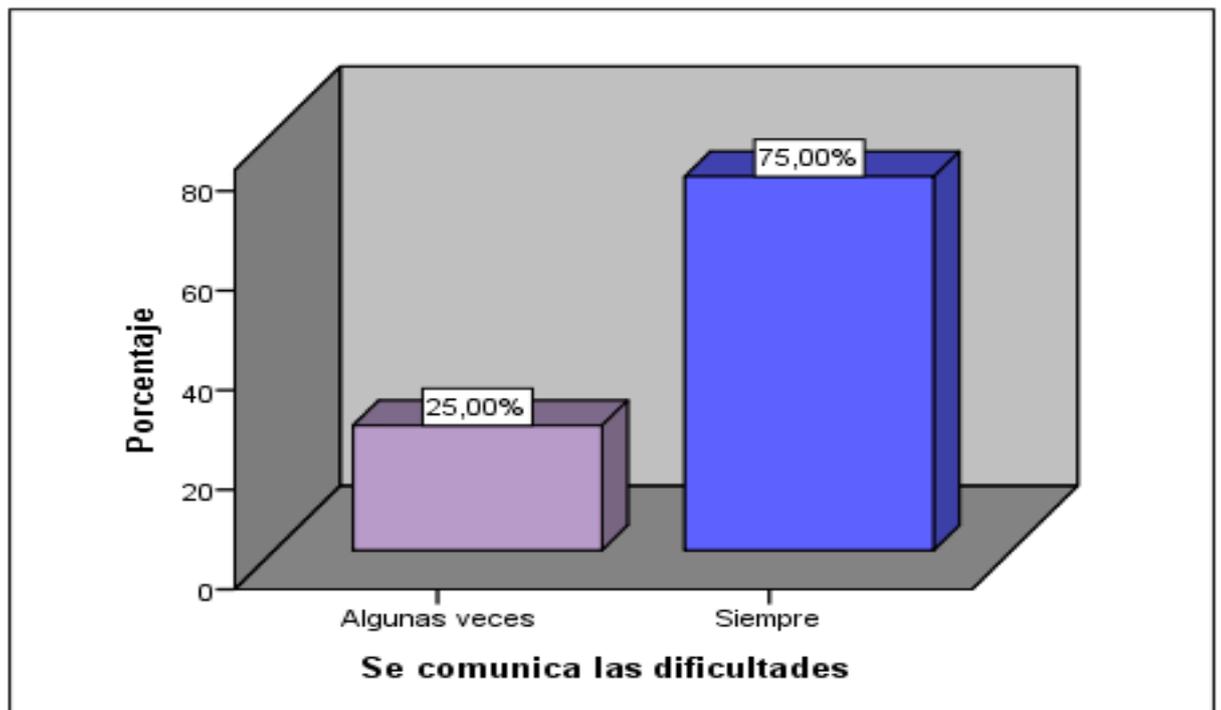
Tabla 3

Se comunica las dificultades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	25,0	25,0	25,0
	Siempre	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 3



Interpretación:

Según la información obtenida de los encuestados, se puede apreciar que el 75% señaló que siempre se comunica las dificultades y el 25% afirmó algunas veces. La mayoría de los trabajadores se relacionan adecuadamente y escucha el mensaje, disminuyendo notablemente los conflictos.

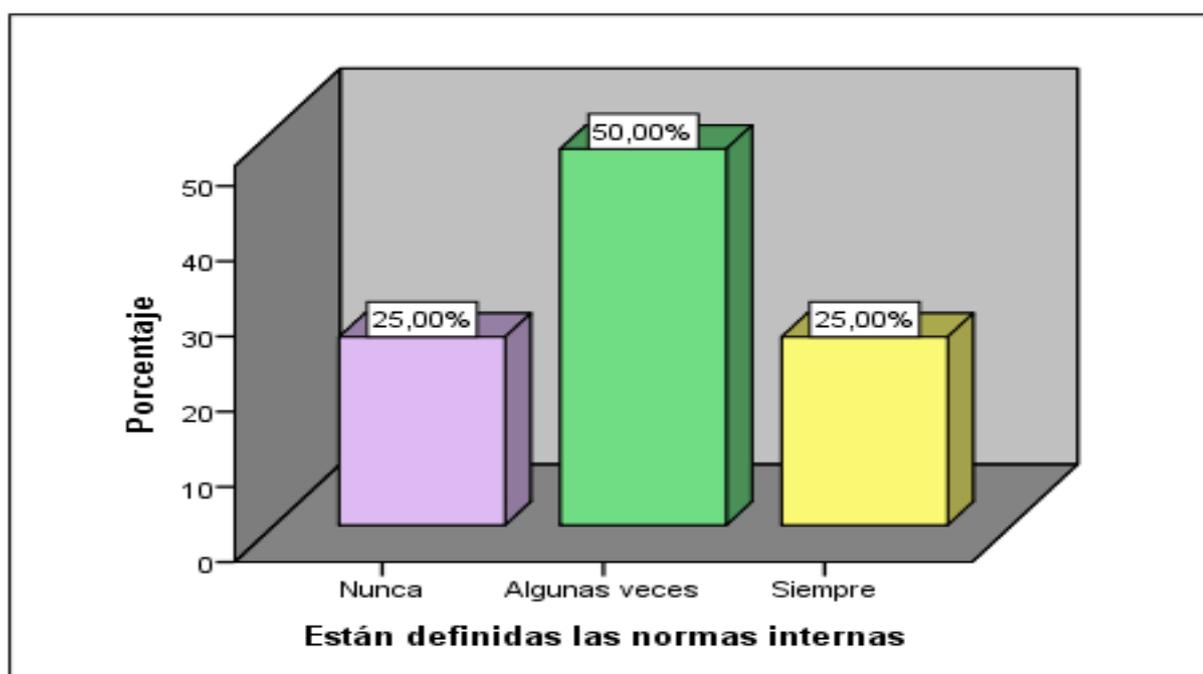
Tabla 4

Están definidas las normas internas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	25,0	25,0	25,0
	Algunas veces	2	50,0	50,0	75,0
	Siempre	1	25,0	25,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 4



Interpretación:

Según la información obtenida de los encuestados, se puede apreciar que el 50% señaló que algunas veces están definidas las normas internas, un 25% nunca y el 25% afirmó siempre. La mayoría de los trabajadores consideran que las normas internas no están bien definidas dificultando el funcionamiento interno de la empresa.

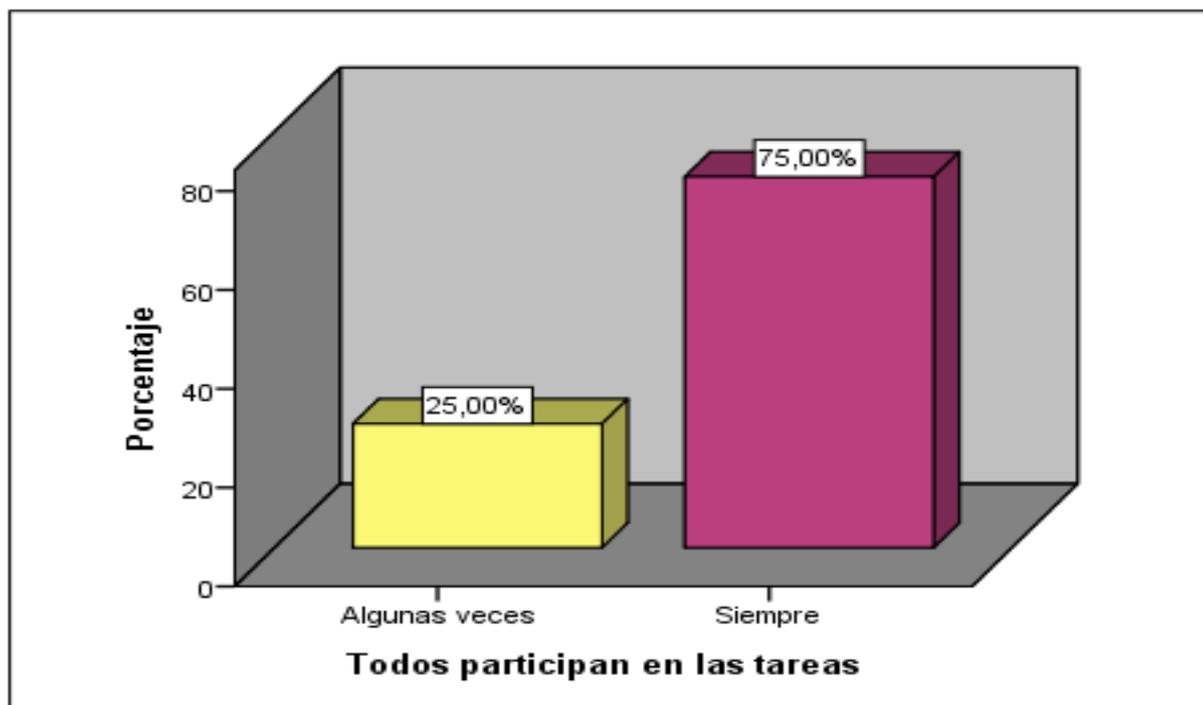
Tabla 5

Todos participan en las tareas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	25,0	25,0	25,0
	Siempre	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 5



Interpretación:

Según la información obtenida de los encuestados, se puede apreciar que el 75% señaló que siempre todos participan de las tareas y un 25% afirmó algunas veces. La mayoría de los trabajadores consideran que todos están involucrados en las tareas y actividades de la empresa.

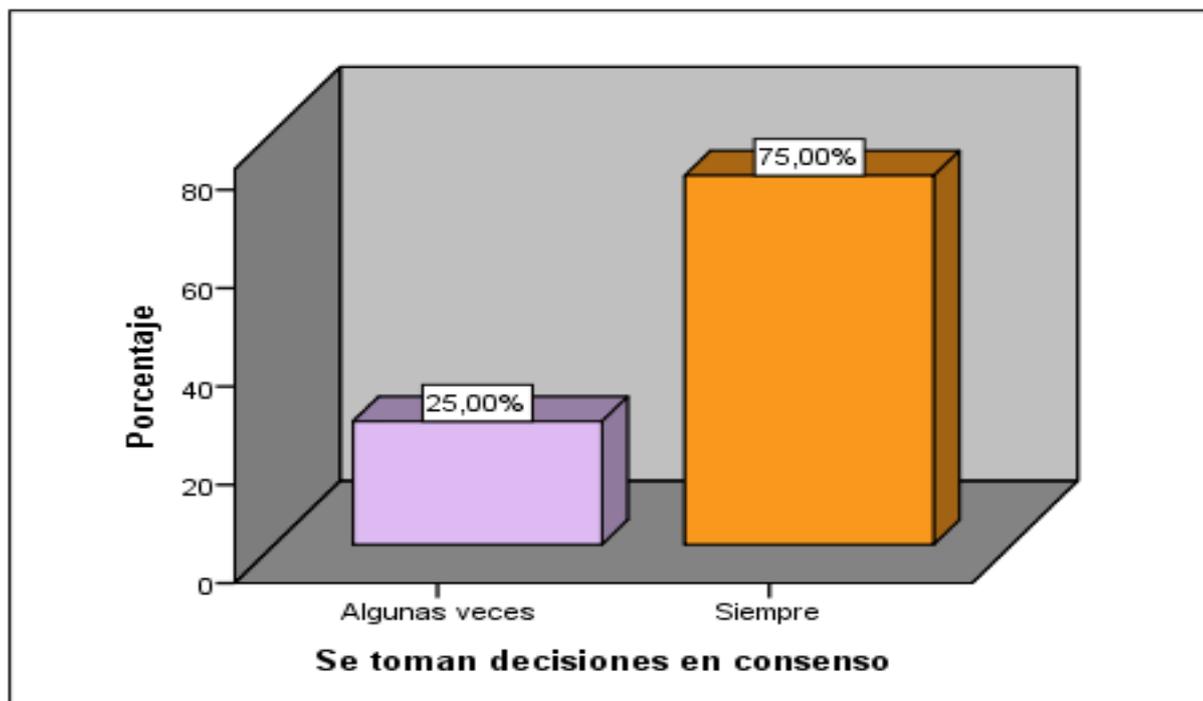
Tabla 6

Se toman decisiones en consenso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	25,0	25,0	25,0
	Siempre	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 6



Interpretación:

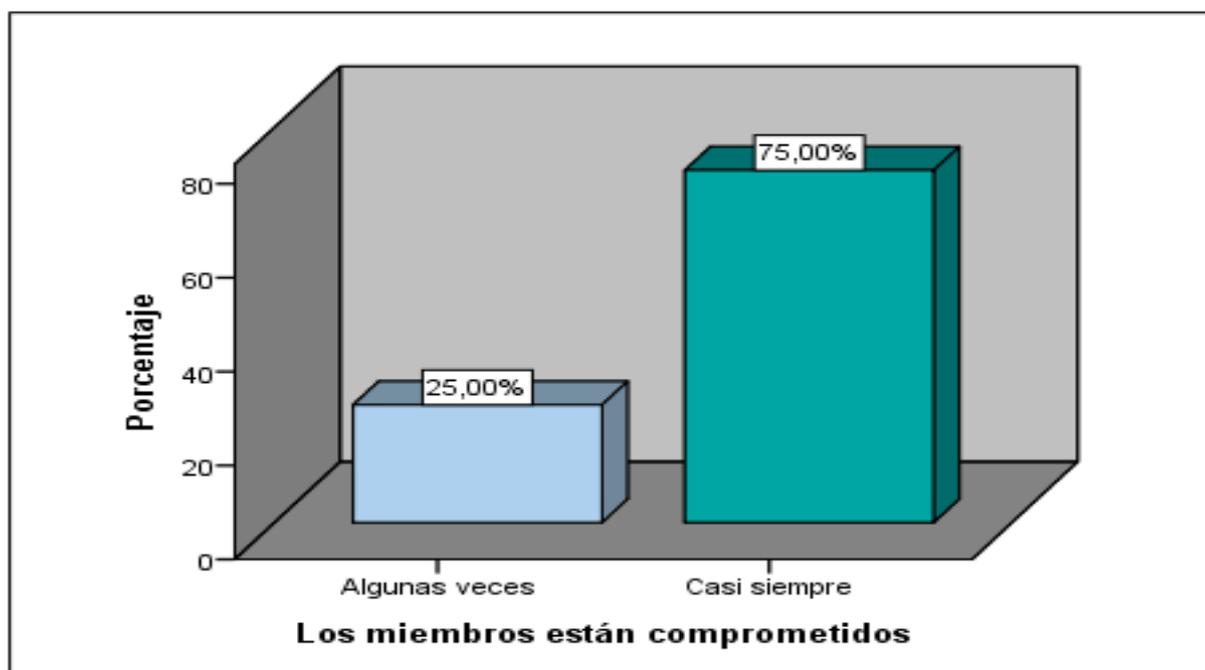
Según la información obtenida de los encuestados, se puede apreciar que el 75% señaló que siempre se toman decisiones en consenso y un 25% afirmó algunas veces. La mayoría de los trabajadores consideran que siempre se toman decisiones en consenso, es decir tienen la conformidad para la ejecución de las tareas.

Tabla 7
Los miembros están comprometidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	25,0	25,0	25,0
	Casi siempre	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 7



Interpretación:

Según la información obtenida de los encuestados, se puede apreciar que el 75% señaló que casi siempre los miembros están comprometidos y el 25% afirmó algunas veces. La mayoría de los trabajadores incumplen con su palabra ya dada.

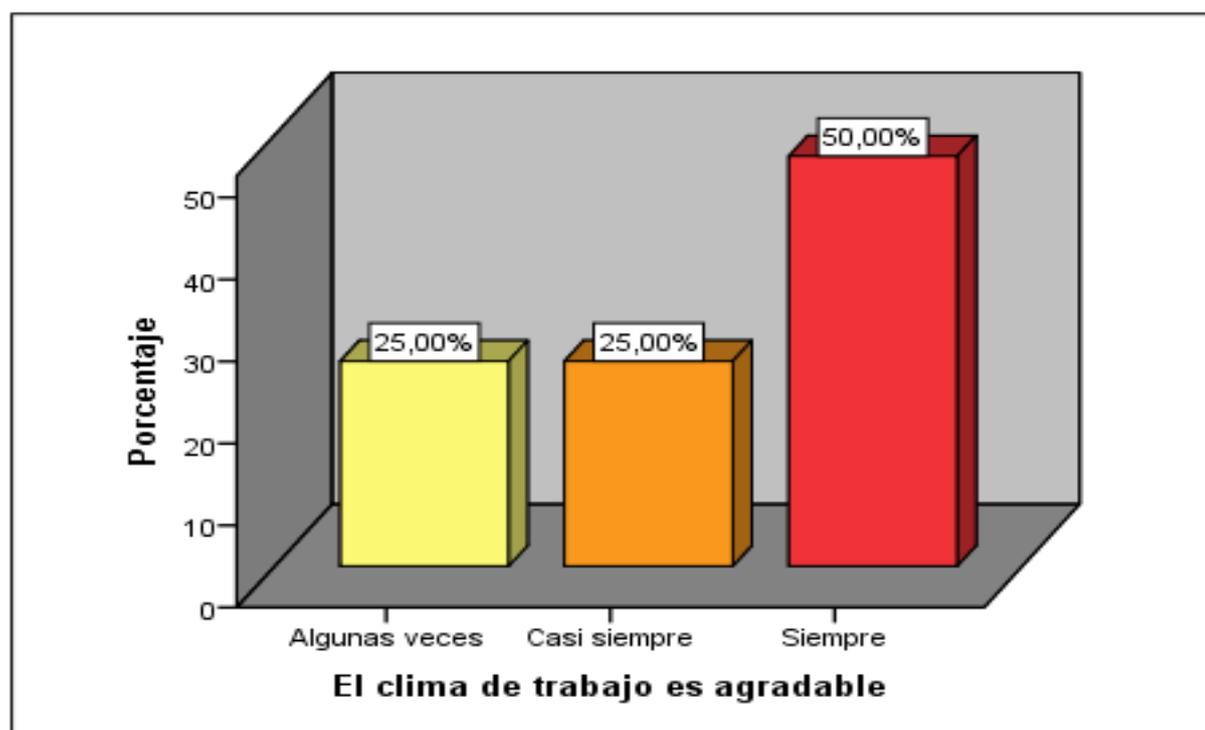
Tabla 8

El clima de trabajo es agradable

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	25,0	25,0	25,0
	Casi siempre	1	25,0	25,0	50,0
	Siempre	2	50,0	50,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 8



Interpretación:

Según la información obtenida de los encuestados, se puede apreciar que el 50% señalan que siempre el clima de trabajo es agradable, un 25% casi siempre y el 25% afirmó algunas veces. La mayoría de los trabajadores consideran que el entorno laboral es agradable tanto físicas, sociales, culturales y económicas.

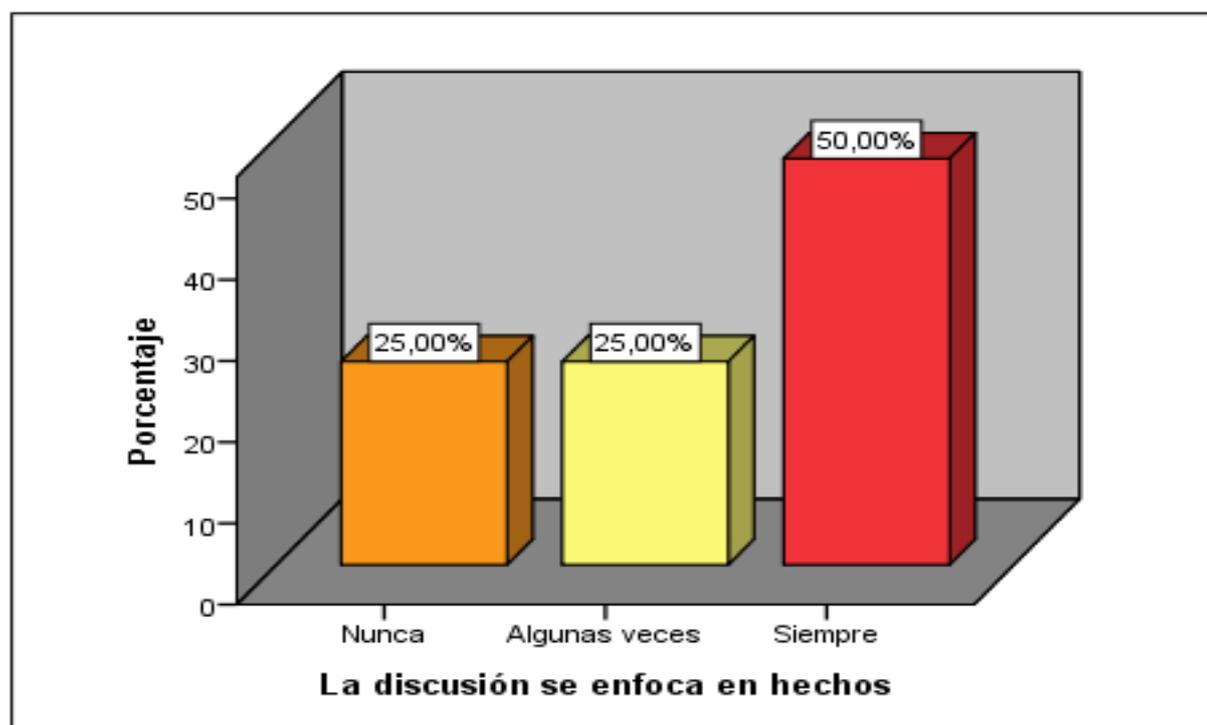
Tabla 9

La discusión se enfoca en hechos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	25,0	25,0	25,0
	Algunas veces	1	25,0	25,0	50,0
	Siempre	2	50,0	50,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 9



Interpretación:

Según la información obtenida de los encuestados, se puede apreciar que el 50% señaló que siempre la discusión se enfoca en hechos, un 25% nunca y el 25% afirmaron algunas veces. La mayoría de los trabajadores consideran que el intercambio de opiniones, puntos de vista, ideas se enfoca en hechos es decir realidades.

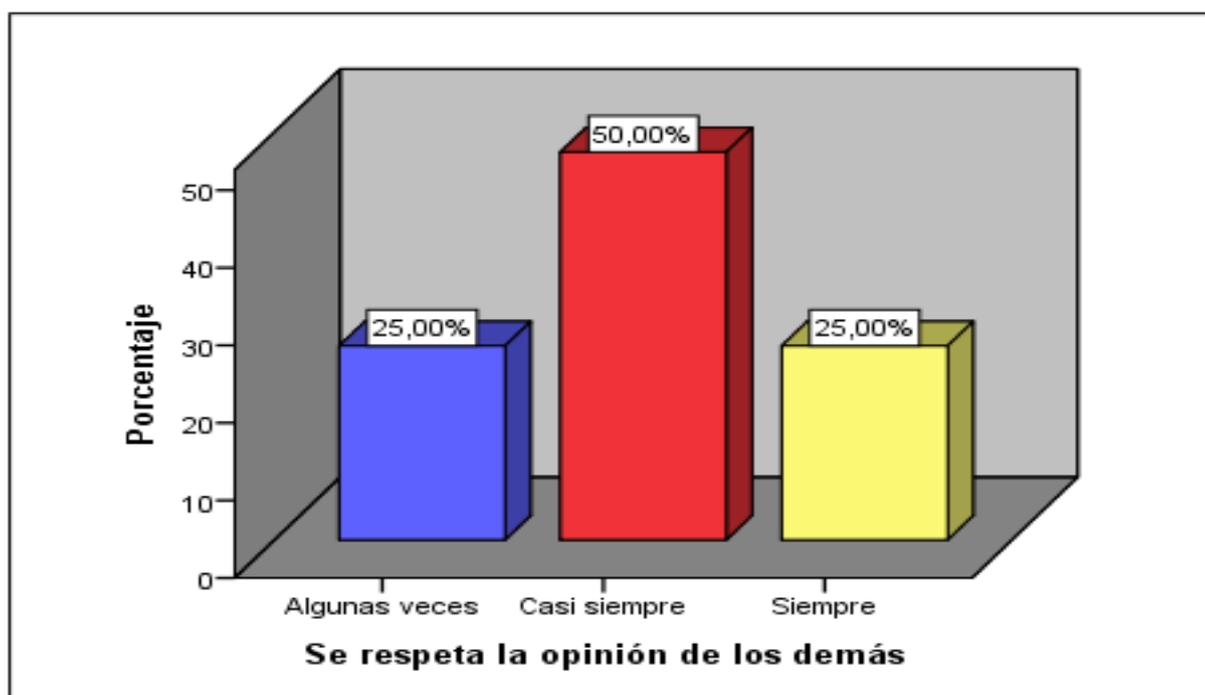
Tabla 10

Se respeta la opinión de los demás

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces	1	25,0	25,0	25,0
	Casi siempre	2	50,0	50,0	75,0
	Siempre	1	25,0	25,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 10



Interpretación:

Según la información obtenida de los encuestados, se puede apreciar que el 50% señalaron que casi siempre se respetan la opinión de los demás, un 25% casi siempre y el 25% afirmó algunas veces. La mayoría de los trabajadores consideran que casi siempre se respetan el juicio sobre algo cuestionable de los demás.

VARIABLE DEPENDIENTE: Crecimiento empresarial

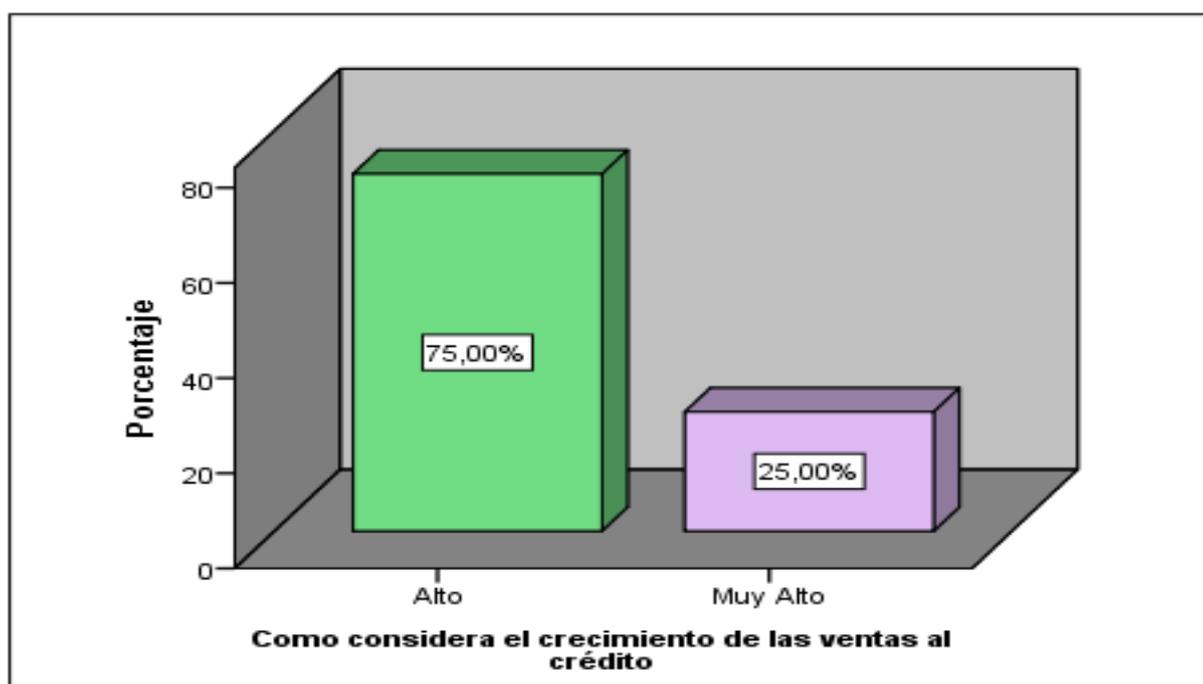
Tabla 11

Como considera el crecimiento de las ventas al crédito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	3	75,0	75,0	75,0
	Muy Alto	1	25,0	25,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 11



Interpretación:

Según la información obtenida, se tiene que el 75% de los encuestados consideran que el crecimiento de ventas al crédito es alto, mientras que el 25% muy alto. Efectivamente las ventas agregan ingresos a la empresa, sin embargo la discusión está en los plazos para recuperar la venta para contar con la liquidez respectiva.

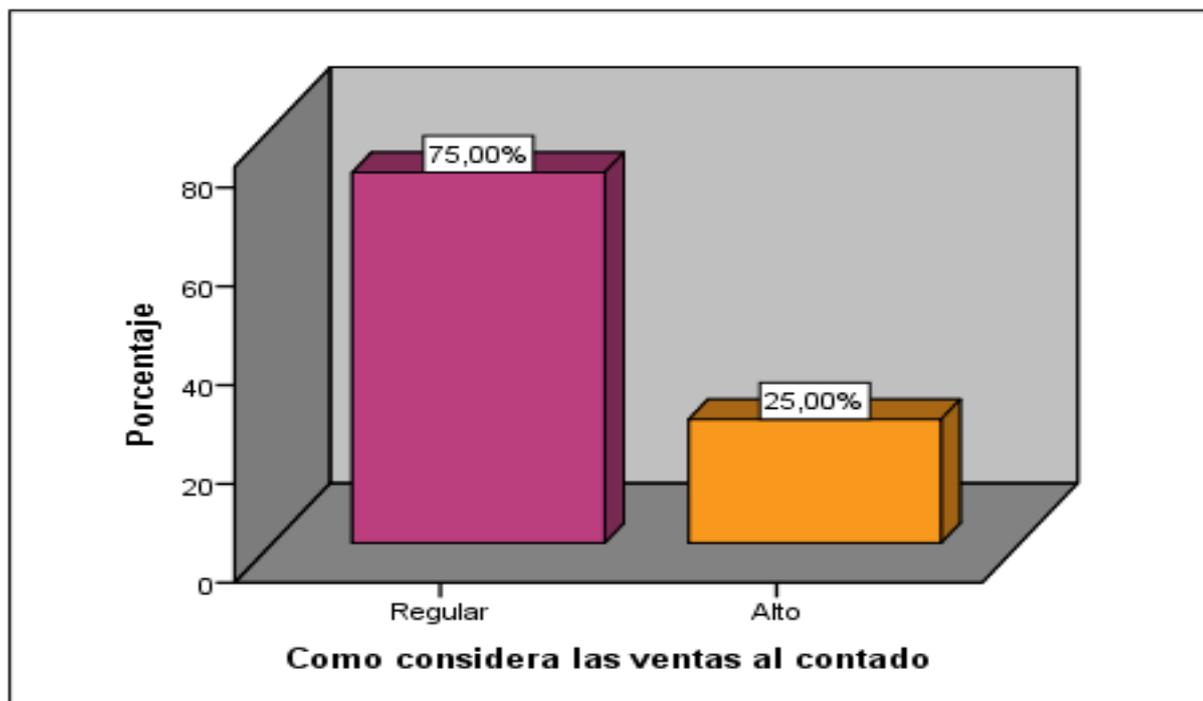
Tabla 12

Como considera las ventas al contado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	3	75,0	75,0	75,0
	Alto	1	25,0	25,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 12



Interpretación:

Según la información obtenida, se tiene que el 75% de los encuestados consideran que las ventas al contado es regular, mientras que el 25% alto. Siendo las ventas al contado en forma regular, mencionamos que los servicios escasamente se pagan al momento de la entrega.

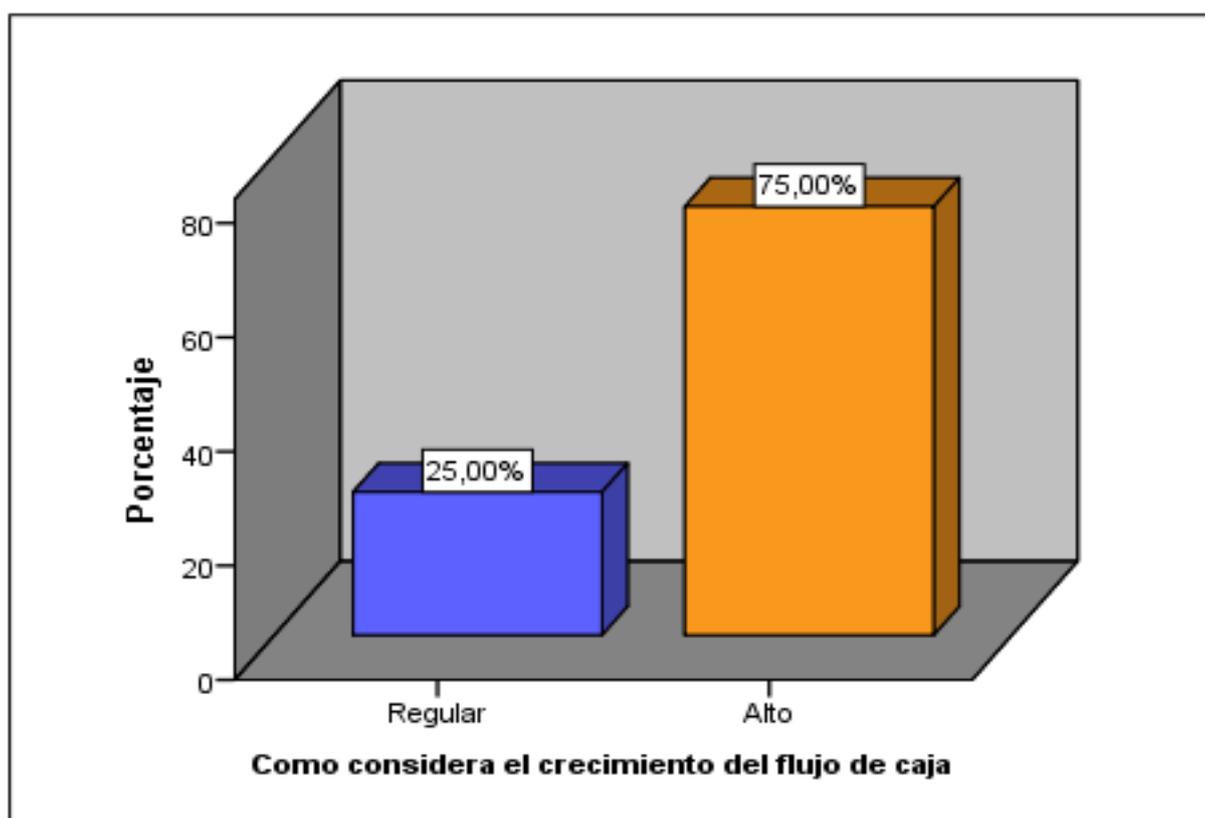
Tabla 13

Como considera el crecimiento del flujo de caja

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	1	25,0	25,0	25,0
	Alto	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 13



Interpretación:

Según la información obtenida, se tiene que el 75% de los encuestados consideran que el crecimiento de flujo de caja es alto, mientras que el 25% regular. El informe financiero de los ingresos y egresos de dinero en la empresa son altos debido a los ingresos por ventas, cobro de deudas.

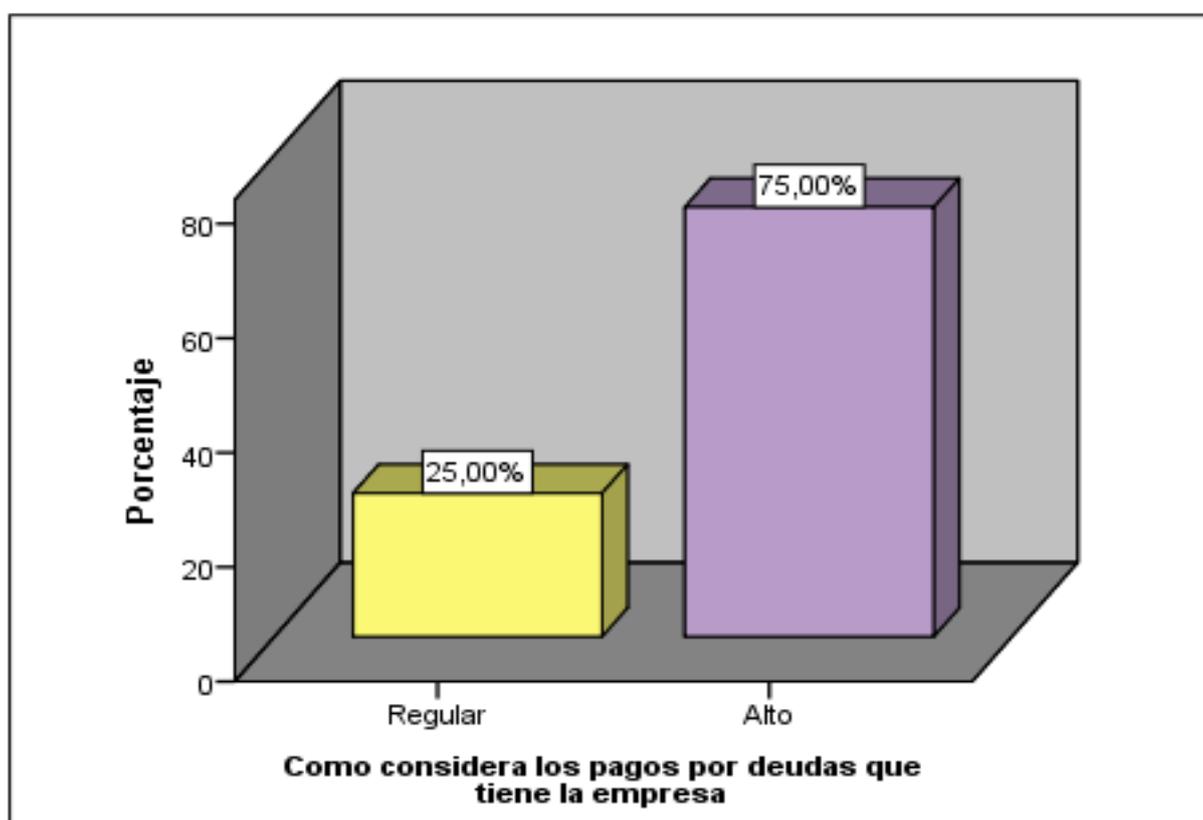
Tabla 14

Como considera los pagos por deudas que tiene la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	1	25,0	25,0	25,0
	Alto	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 14



Interpretación:

Según la información obtenida, se tiene que el 75% de los encuestados consideran que los pagos por deudas que tiene la empresa es alto, mientras que el 25% considera regular. Pagar las deudas de la empresa implica cumplir con la obligación que tiene la empresa.

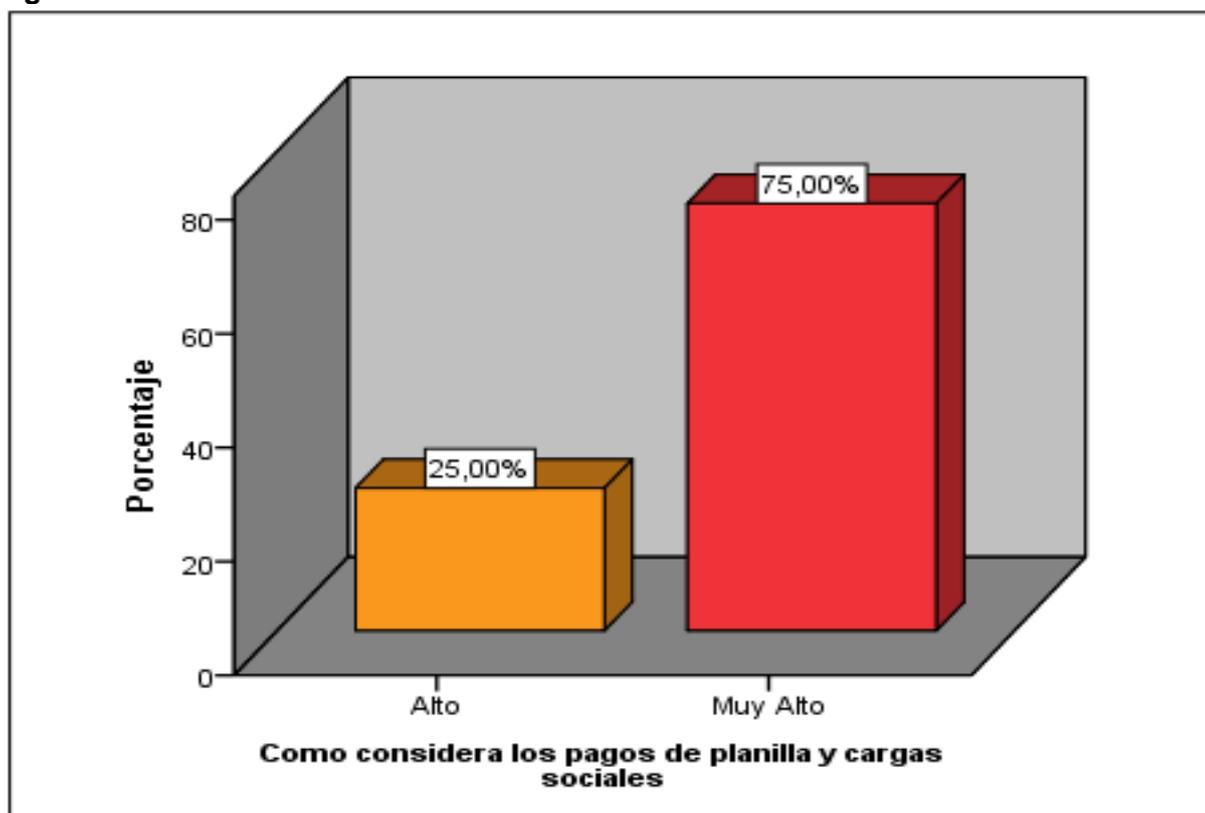
Tabla 15

Como considera los pagos de planilla y cargas sociales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	1	25,0	25,0	25,0
	Muy Alto	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 15



Interpretación:

Según la información obtenida, se tiene que el 75% de los encuestados consideran que los pagos de planilla y cargas sociales es muy alto, mientras que el 25% consideran que alto. Podemos mencionar que el pago de planilla y cargas sociales permiten tanto a los colaboradores como a los familiares contar con los ingresos básicos para cubrir la canasta básica familiar, atenderse en ESSALUD, contar con los aportes de fondo de pensiones al día.

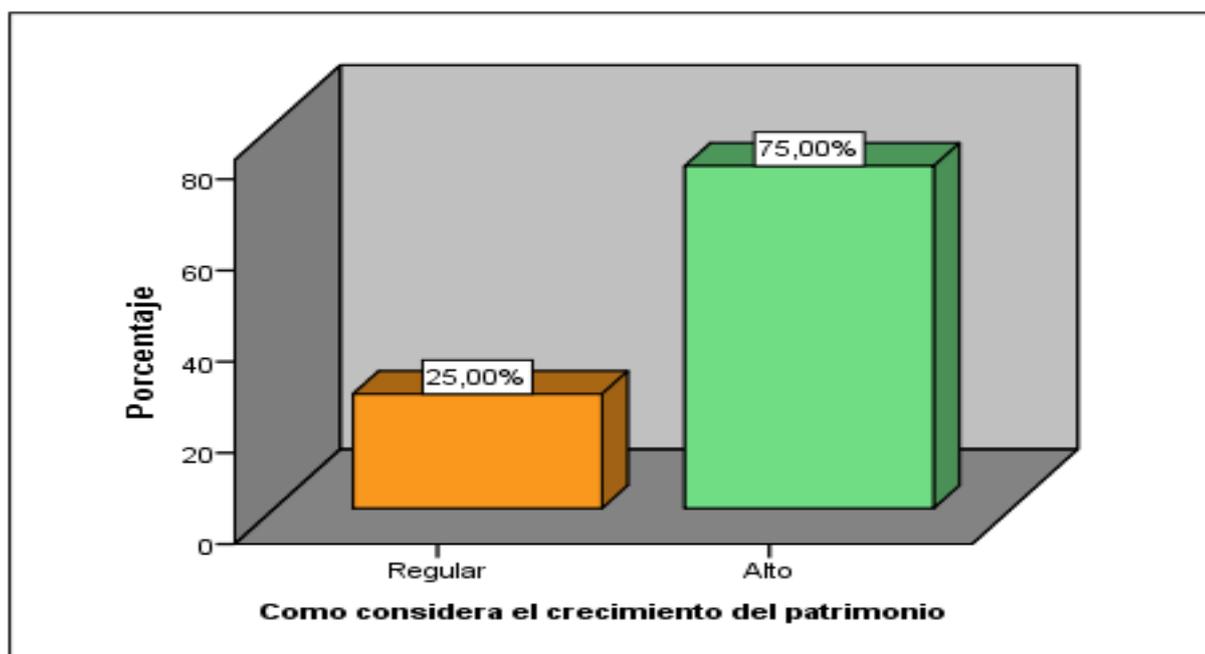
Tabla 16

Como considera el crecimiento del patrimonio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	1	25,0	25,0	25,0
	Alto	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 16



Interpretación:

Según la información obtenida, se tiene que el 75% de los encuestados consideran que el crecimiento del patrimonio es alto, mientras que el 25% considera regular. Es decir el capital social y las utilidades son altos lo cual permite en alguna medida ser sujeto de préstamos bancarios.

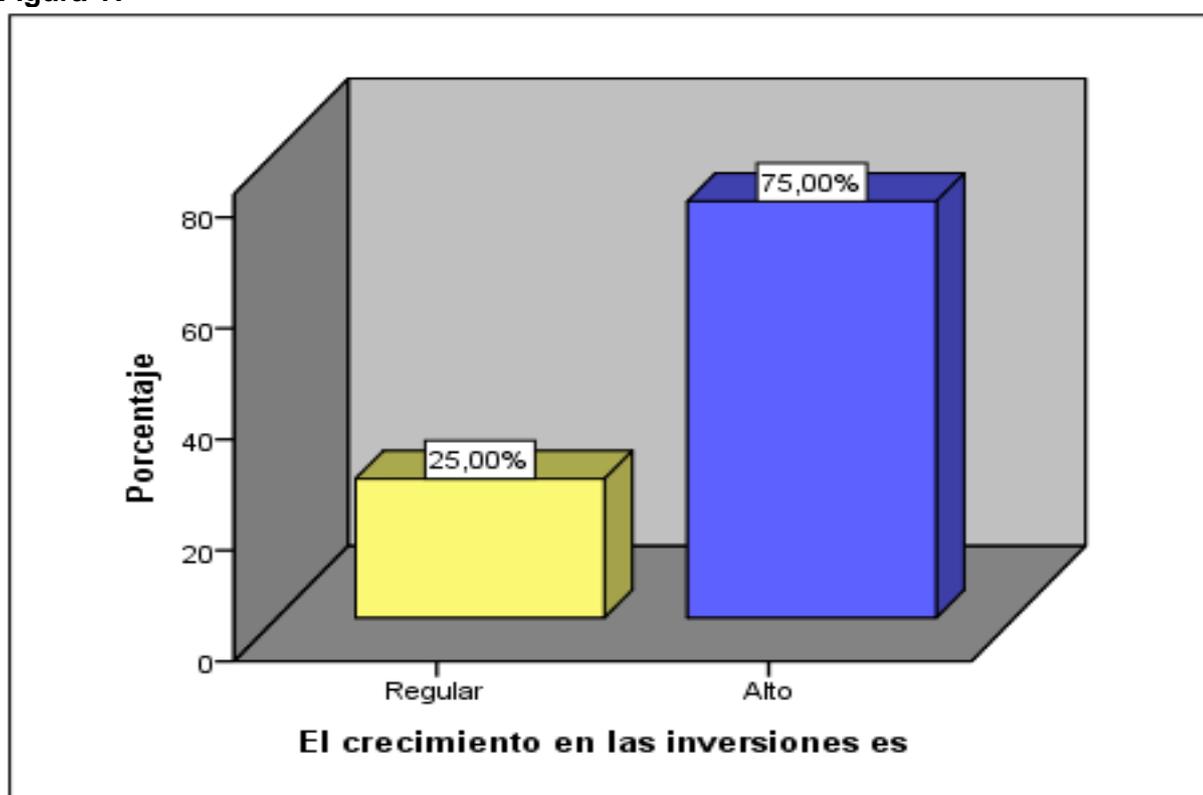
Tabla 17

El crecimiento en las inversiones es

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	1	25,0	25,0	25,0
	Alto	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 17



Interpretación:

Según la información obtenida, se tiene que el 75% de los encuestados consideran que el crecimiento en las inversiones es alto, mientras que el 25% regular. Vale mencionar que la empresa coloca el capital en proyectos a fin de recuperarlos generando ganancias.

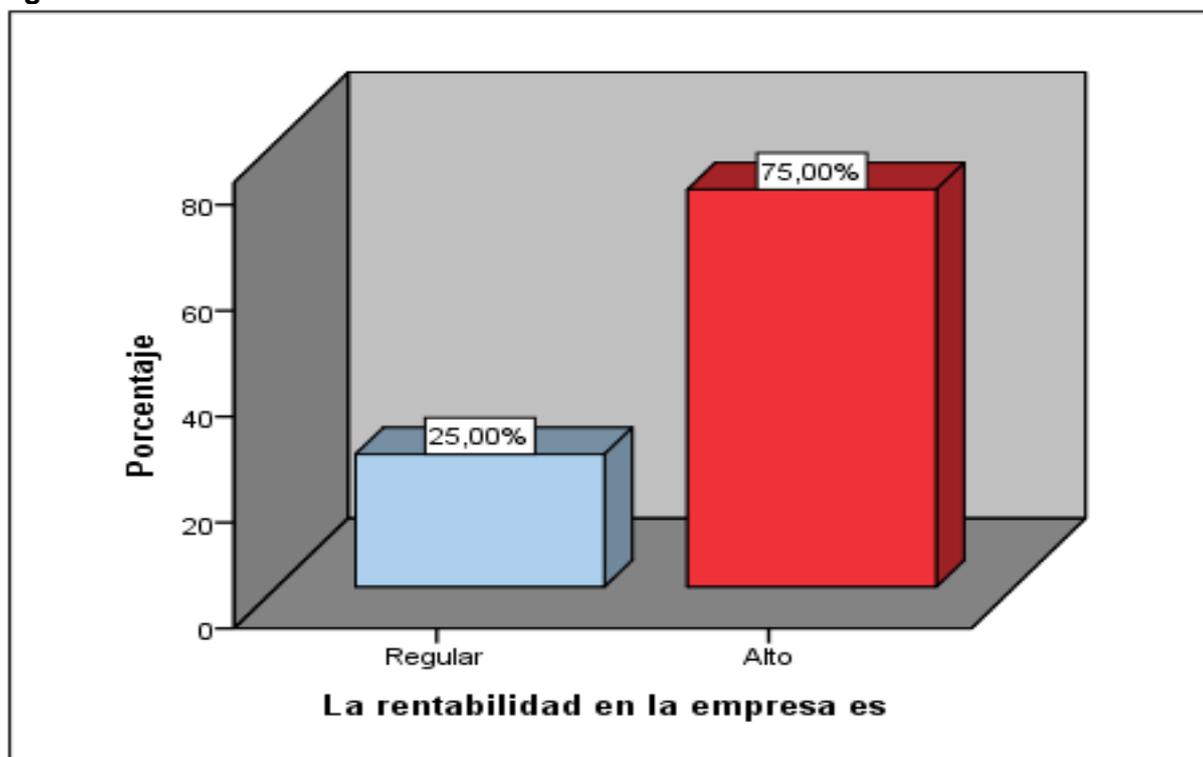
Tabla 18

La rentabilidad en la empresa es

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	1	25,0	25,0	25,0
	Alto	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 18



Interpretación:

Según la información obtenida, se tiene que el 75% de los encuestados consideran que la rentabilidad en la empresa es alto, mientras que el 25% considera regular. Efectivamente los encuestados consideran que se obtiene ganancias a partir de las inversiones realizadas, sin embargo para mejorar se debe reducir el activo o aumentar las ventas.

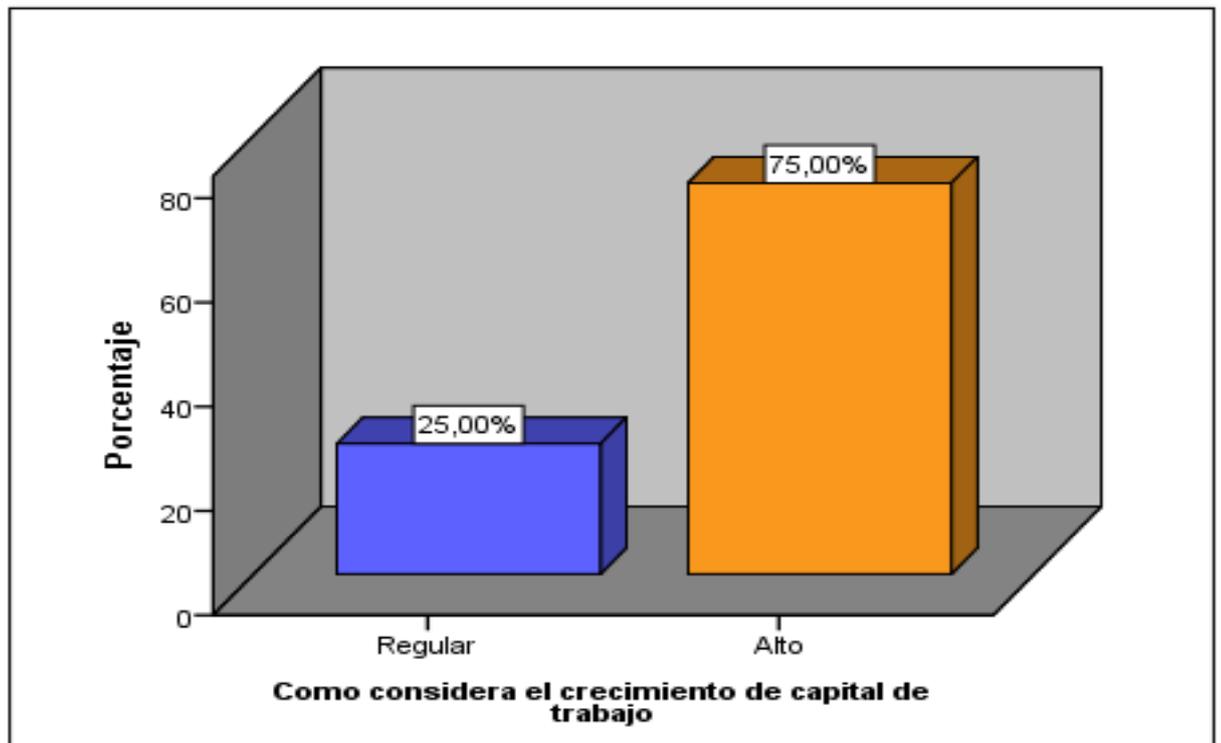
Tabla 19

Como considera el crecimiento de capital de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	1	25,0	25,0	25,0
	Alto	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 19



Interpretación:

Según la información obtenida, se tiene que el 75% de los encuestados consideran que el crecimiento de capital de trabajo es alto, mientras que el 25% considera regular. Entonces la empresa tiene la capacidad de desarrollar sus actividades en forma normal en el corto plazo.

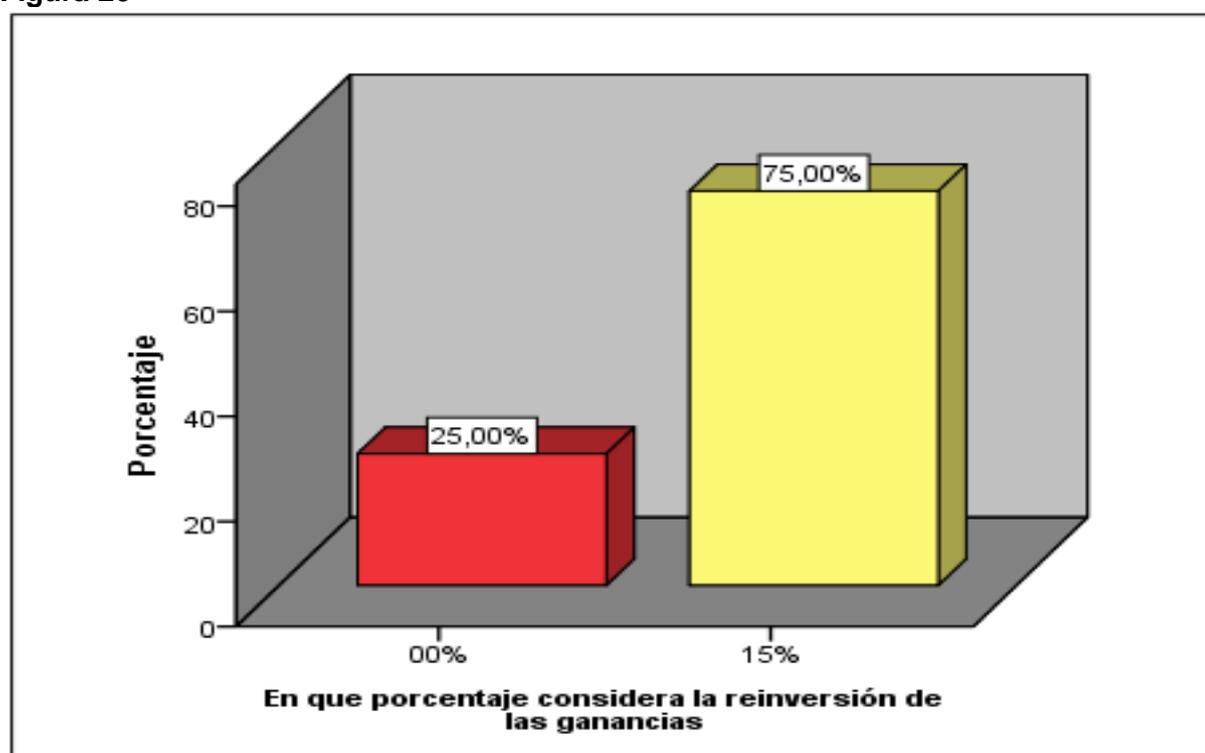
Tabla 20

En que porcentaje considera la reinversión de las ganancias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	00%	1	25,0	25,0	25,0
	15%	3	75,0	75,0	100,0
	Total	4	100,0	100,0	

Fuente: Aplicación de la encuesta

Figura 20



Interpretación:

Según la información obtenida, se tiene que el 75% de los encuestados consideran que la reinversión de las ganancias es de 15%, mientras que el 25% establecen 00%. Vale mencionar que los márgenes de las utilidades son reinvertidas en la empresa con lo cual se estaría incrementando el capital social y tendría la posibilidad de expandir hacia nuevos mercados.

4.3. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

4.3.1 CONTRASTACIÓN PARA PROBAR LA INDEPENDENCIA DE LAS VARIABLES

Para contrastar la prueba de hipótesis se utilizó la prueba de chi cuadrada, considerada como una prueba no paramétrica, para determinar si una variable está relacionada con otra variable, y se tomó en cuenta los parámetros siguientes:

- 1. Nivel de significancia: $\alpha = 0,05 = 5\%$ de margen máximo de error**
- 2. Regla de decisión:**

Si $\rho\text{-valor} \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0

Si $\rho\text{-valor} \leq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis alterna H_1

Siendo la hipótesis general:

H_0 : No existe relación directa y significativa entre el trabajo en equipo y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L., 2017

H_1 : Existe relación directa y significativa entre el trabajo en equipo y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L., 2017

Para demostrar la Hipótesis General, se ha realizado la prueba de las hipótesis específicas, de acuerdo al detalle siguiente:

HIPÓTESIS A:

H₀: No existe relación directa y significativa entre la comunicación y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.

H₁: Existe relación directa y significativa entre la comunicación y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.

1. Hallando el p-valor de nivel de significancia

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,333 ^a	2	,013
Razón de verosimilitud	1,726	2	,422
Asociación lineal por lineal	,926	1	,336
N de casos válidos	4		

a. 6 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,25.

Encontrado el p-valor igual a 0.013 además comparando con el nivel de significancia y verificando que es menor que alfa establecido en 0.05 entonces se acepta la hipótesis alterna H₁.

2. Conclusión

De los resultados que se aprecian en la tabla se presentan los estadísticos en cuanto al grado de correlación entre las variables determinada por el p-valor igual a 0.013 significa que existe una fuerte relación positiva entre las variables, frente al (grado de significación

estadística) $p=0,000 < 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, determinando que existe relación directa y significativa entre la comunicación y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.

HIPÓTESIS B:

H₀: NO existe relación directa y significativa entre la participación activa y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.

H₁: Existe relación directa y significativa entre la participación activa y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.

1. Hallando el p-valor de nivel de significancia

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,000 ^a	2	,035
Razón de verosimilitud	4,499	2	,105
Asociación lineal por lineal	2,000	1	,157
N de casos válidos	4		

a. 6 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,25.

Encontrado el p-valor igual a 0.035 además comparando con el nivel de significancia y verificando que es menor que alfa establecido en 0.05 entonces se acepta la hipótesis alterna H_1 .

2. Conclusión

De los resultados que se aprecian en la tabla se presentan los estadísticos en cuanto al grado de correlación entre las variables determinada por el p-valor igual a 0.035 significa que existe una fuerte relación positiva entre las variables, frente al (grado de significación estadística) $p=0,000 < 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, determinando que existe relación directa y significativa entre la participación activa y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.

HIPÓTESIS C:

H_0 : NO existe relación directa y significativa entre la gestión de emociones y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.

H_1 : Existe relación directa y significativa entre la gestión de emociones y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L.

1. Hallando el p-valor de nivel de significancia

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,000 ^a	2	,025
Razón de verosimilitud	4,499	2	,105
Asociación lineal por lineal	2,273	1	,132
N de casos válidos	4		

a. 6 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,25.

Encontrado el p-valor igual a 0.025 además comparando con el nivel de significancia y verificando que es menor que alfa establecido en 0.05 entonces se acepta la hipótesis alterna H_1 .

2. Conclusión

De los resultados que se aprecian en la tabla se presentan los estadísticos en cuanto al grado de correlación entre las variables determinada por el p-valor igual a 0.025 significa que existe una fuerte relación positiva entre las variables, frente al (grado de significación estadística) $p=0,000 < 0,05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, determinando que existe relación directa y significativa entre la gestión de emociones y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L

De esta forma queda demostrada la prueba de hipótesis existiendo relación entre las dos variables.

CONCLUSIONES

Primero. Con el coeficiente de 0.013 y un el p-valor menor al nivel de $\alpha = 0,05$, concluimos que: existe relación directa y significativa entre la comunicación y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L. Este resultado nos señala que el ambiente agradable y de mutuo respeto, la existencia de objetivos claros y aceptados y cuando los trabajadores se relacionan adecuadamente se genera el crecimiento empresarial.

Segundo. Con el coeficiente de 0.035 y un el p-valor menor al nivel de $\alpha = 0,05$, concluimos que: existe relación directa y significativa entre la participación activa y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L. El resultado nos permite mencionar, que los trabajadores involucrados en las tareas y actividades de la empresa, la toma de decisiones en consenso, teniendo la conformidad para la ejecución de las tareas, y logrando comprometer a los trabajadores se alcanzara el crecimiento empresarial.

Tercero. Con el coeficiente de 0.025 y un el p-valor menor al nivel de $\alpha = 0,05$, concluimos que: existe relación directa y significativa entre la gestión de emociones y el crecimiento empresarial en la Corporación D & R E.I.R.L. El resultado indica, que cuando el

clima de trabajo es agradable, el intercambio de opiniones se realiza en base a hechos del campo laboral y respetando el juicio de los demás se alcanzara el crecimiento empresarial.

RECOMENDACIONES

- Primero.** Establecer políticas para la participación activa de los trabajadores.
- Segundo.** Se deben establecer las normas internas de trabajo, entre otras, actualizar el Reglamento Interno de Trabajo.
- Tercero.** Para lograr el compromiso de los trabajadores, incentivar los logros basados en el rendimiento laboral.
- Cuarto.** Para mejorar el sistema financiero de la empresa, utilizar los beneficios de la Ley MYPE, tales como: beneficios laborales (15 días de vacaciones, acceso al seguro de salud, AFP); contabilidad simplificada (registro de ventas, compras y libro diario simplificado); beneficios financieros (factoring mediante la venta de facturas, fondo de garantía empresarial, que posibilita los créditos, participar en las compras nacionales).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Albach, H. (1967). Un modelo de comportamiento del crecimiento de la empresa.
2. Aggarwal, R. y Samwick, A. (2003). Why do managers diversify their firms?: Agency reconsidered. *The Journal of Finance*
3. Blázquez Santana, Dorta y Verona. (2006). Los incentivos fiscales como factor del crecimiento empresarial: análisis empírico de la reserva para inversiones en Canarias. Tesis de doctorado no publicada, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España.
4. Bisquerra Alzina, R. (2000). Educación emocional y bienestar. Barcelona. Editorial Praxis.
5. Canals Margalef, J. (2000). La gestión del crecimiento de la empresa. Madrid: McGraw Hill.
6. Córdova Baldeón, Isaac. (2014). El informe de investigación Cuantitativa (1ª ed.). Perú Editorial San Marcos
7. Canals Margalef, J. (2000). La gestión del crecimiento de la empresa. Madrid: McGraw Hill.
8. Córdova Baldeón, Isaac. (2009). Estadística aplicada a la investigación (1ª ed.). Perú. Editorial San Marcos.
9. Correa Rodríguez, A. (1999). Factores determinantes del crecimiento empresarial. Tesis de doctorado. Universidad de la Laguna, España.

10. Cuervo García, A. (1987). La financiación interna de la empresa: la autofinanciación.
11. Davidsson, P. y Wiklund, J. (1999). Theoretical and methodological issues in the study of firm growth (Working paper). Suecia: Jönköping International Business School.
12. Espinoza Somocursio David Jesús (2015). Trabajo en equipo de los colaboradores de la fuerza de ventas de Tadoo Adventure Gear, Perú 2015. Universidad Andina del Cusco (tesis de pregrado). Perú.
13. Ebrahimi, B. P., Young, S. A. y Luk, V. W. M. (2001). Motivation to manage in China and Hong Kong: A gender comparison of managers
14. Fahy, J. y Smithee, A. (1999). Strategic marketing and the resource based view of the firm. *Academy of Marketing Science Review*
15. Forcadell, F. J. (2003, septiembre). Un modelo dinámico de crecimiento empresarial basado en los recursos. Documento presentado en el XIII Congreso de ACEDE, Salamanca, España.
16. Gámez Montalvo, M. J., & Torres Martín, C. (2013). Las técnicas de grupo como estrategia metodológica en la adquisición de la competencia de trabajo en equipo de los alumnos universitarios. Recuperado de: <http://digibug.ugr.es/handle/10481/28131>
17. Gibrat, R. (1931). *Les inegalites économiques*. París: Dunod
18. Greiner, L. E. (1972). Evolution and revolution as organizations grow. *Harvard Business Review*

19. Grant, R. M. (1995). Dirección estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones. Madrid: Cívitas.
20. Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª ed.). México, D.F., México: McGraw-Hill Interamericana.
21. Itami, H. y Numagami, T. (1992). Dynamic interaction between strategy and technology. Strategic Management Journal
22. Laredo García, Gissella (2013). Influencia del trabajo en equipo en la adaptación a entornos laborales cambiantes: caso Adecco Perú. Universidad de San Martín de Porres. En la Revista de Ciencias Empresariales Volumen 5, Número 1. Recuperado de: http://www.administracion.usmp.edu.pe/wp-content/uploads/sites/9/2014/02/sme_v5n1_glaredo_Gesti%C3%B3n-del-delInfluencia-del-trabajo-en-equipo-en-la-adaptaci%C3%B3n-a-entornos-laborales-cambiantes-12.pdf
23. Menguzzato Boulard, M. y Renau Piqueras, (1995). La dirección estratégica: un enfoque innovador del management. Barcelona: Ariel
24. Miner, J. B. (1980). A rationale for the limited domain approach to the study of motivation. En C. C. Pinder y L. F. Moore (Eds.), Middle range theory and the study of organizations
25. Montoya Pineda, Dora María (2015). Startups: tendencias en América Latina y su potencialidad para el crecimiento

- empresarial. *Contexto*, 4, 7-20. Recuperado de:
<http://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/view/416/918>
26. Navas López, J. A. y Guerras Martín, L. A. (1996). *La dirección estratégica de la empresa: teoría y aplicaciones*. Madrid: Cívitas.
 27. Penrose, E. T. (1962). *Teoría del crecimiento de la empresa*. Madrid: Aguilar. (Trabajo original publicado en 1959).
 28. Pino Gotuzzo, Raúl (2006). "Metodología de la Investigación". Perú. Editorial San Marcos.
 29. Rodas Villagrán, Estefanny Yohana (2017), *Comunicación Efectiva y Trabajo en Equipo*. Universidad Rafael Landívar. (tesis de pregrado).
Recuperado de:
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2017/05/43/Rodas-Estefanny.pdf>
 30. Suárez Suárez, A. S. (1979a). *El tamaño y el crecimiento de las empresas españolas: la ley del efecto proporcional*
 31. Tello Correa, Lesly Neydi (2014). *Financiamiento del capital de trabajo para contribuir al crecimiento y desarrollo de la micro y pequeña empresas comerciales en el distrito de Pacasmayo*. Universidad Nacional de Trujillo. Tesis de pre grado. Perú.
Recuperado de: <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/760>
 32. Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*

33. Whetten, D. A. (1987). Organizational growth and decline processes. *Annual Review of Sociology*.
34. Weinzimmer, L. G. (1993). Organizational growth of U. S. corporations: Environmental, organizational, and managerial determinants. Milwaukee: The University of Wisconsin

ANEXOS

CUESTIONARIO

Sr (Srta). A continuación le presentamos el cuestionario para analizar “TRABAJO EN EQUIPO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA CORPORACIÓN D&R E.I.R.L., 2017” teniendo como finalidad conocer su apreciación en forma anónima y sincera, razón por la cual le agradecemos su precioso tiempo.

1. En relación a **trabajo en equipo**, responda cada una de las preguntas marcando en el recuadro al que corresponda

1. Nunca 2. Casi nunca 3. Algunas veces 4. Casi siempre 5. Siempre
--

PREGUNTA	1	2	3	4	5
Comunicación interna					
Existe un ambiente de confianza y respeto					
Los objetivos son claros y aceptados					
Se comunica las dificultades					
Participación activa					
Están definidas las normas internas					
Todos participan en las tareas					
Se toman decisiones en consenso					
Los miembros están comprometidos					
Gestión de emociones					
El clima de trabajo es agradable					
La discusión se enfoca en hechos					
Se respeta la opinión de los demás					

CUESTIONARIO

Sr (Srta). A continuación le presentamos el cuestionario para analizar “TRABAJO EN EQUIPO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA CORPORACIÓN D&R E.I.R.L., 2017” teniendo como finalidad conocer su apreciación en forma anónima y sincera, razón por la cual le agradecemos su precioso tiempo.

1. En relación a **crecimiento empresarial**, responda cada una de las preguntas marcando en el recuadro al que corresponda

2. Bajo 3. Regular 4. Alto 5. Muy alto

PREGUNTA	1	2	3	4	5
Como considera el crecimiento de las ventas al crédito					
Como considera las ventas al contado					
Como considera el crecimiento del flujo de caja					
Como considera los pagos por deudas que tiene la empresa					
Como considera los pagos de planilla y cargas sociales					
Como considera el crecimiento del patrimonio					
El crecimiento en las inversiones es					
La rentabilidad en la empresa es					
Como considera el crecimiento de capital de trabajo					
En qué porcentaje considera la reinversión de las ganancias					
a) 00%					
b) 15%					
c) 25%					
d) Mas 25%					