

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN AGUSTÍN DE AREQUIPA
ESCUELA DE POSGRADO
UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN



**“ANÁLISIS DE LA RESILIENCIA FRENTE A LA VARIACIÓN DE
VENTAS Y CONTINUIDAD DEL NEGOCIO EN CLIENTES PYME DE UNA
AGENCIA BANCARIA EN TIEMPOS DE COVID - AREQUIPA 2020”**

Tesis presentada por el bachiller:

YSABEL LINA CCORIMANYA TIMOTEO

Para optar el grado académico de Maestra en Ciencias: Administración (MBA), con
mención en Dirección y Gestión Empresarial.

Asesor: Mg Wilfredo Román Midolo Ramos

AREQUIPA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres, Lina Timoteo Rimari y Florencio Ccorimanya Galdo, a mis hermanos Javier, Ángela, Milagros y Juana, por ser mi motivación, por haberme inculcado valores, y un buen ejemplo a seguir

AGRADECIMIENTO

Agradezco a los empresarios que participaron en este estudio, por su apoyo incondicional y buena predisposición.

A mi asesor, Mg Wilfredo Román Midolo Ramos, por sus conocimientos compartidos y por guiar mi proyecto.

ÍNDICE

ÍNDICE	III
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE ANEXOS	VIII
RESUMEN	IX
ABSTRACT	XI
INTRODUCCIÓN	XIII
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. Descripción del Problema	1
1.2. Formulación del Problema	4
1.2.1. Pregunta General	4
1.2.2. Preguntas Especificas	4
1.3. Objetivos de la Investigación	5
1.3.1. Objetivo General	5
1.3.2. Objetivos Específicos	5
1.4. Justificación de la Investigación	6
1.4.1. Justificación metodológica	6
1.5. Limitaciones de la Investigación.	7
CAPITULO II. MARCO TEÓRICO	9
2.1. Antecedentes del estudio	9
2.1.1. Antecedentes internacionales	9
2.1.2. Antecedentes a lo largo de la historia.....	10
2.2. Bases Teóricas	16

2.2.1.	Definición de términos	16
2.2.2.	Resiliencia	18
2.2.3.	Variación de Ventas	22
2.2.4.	Pymes	22
2.2.5.	Entidad bancaria	24
2.2.6.	Recesión económica en tiempos de COVID 19	27
<i>CAPITULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....</i>		32
3.1.	Delimitación de la investigación.....	32
3.2.	Hipótesis de la Investigación	33
3.2.1.	Hipótesis General	33
3.2.2.	Hipótesis Específica	33
3.3.	Variables de Estudio	34
3.3.1.	Definición conceptual de la variable	34
3.3.2.	Operacionalización de las variables	34
3.4.	Población y Muestra.....	36
3.4.1.	Población.....	36
3.4.2.	Muestra.....	36
3.5.	Enfoque y tipo de Investigación	37
3.5.1.	Enfoque de investigación	37
3.5.2.	Tipo de investigación	38
3.6.	Técnicas, Instrumentos y fuentes de recolección de datos.....	38
3.6.1.	Técnicas de recolección de datos	38
3.6.2.	Instrumentos de recolección de datos.....	39
3.6.3.	Fuentes de recolección de datos	41

3.7. Validez y confiabilidad del instrumento.....	41
3.7.1. Confiabilidad.....	41
3.7.2. Validez	45
3.8. Plan de recolección y procesamiento de datos	45
<i>CAPITULO IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN</i>	46
4.1. Resultados Descriptivos	46
4.1.1. Encuesta situacional de la variación del nivel ventas y continuidad del negocio durante la pandemia	46
4.1.2. Resultados del Test Escala de Resiliencia.....	70
4.2. Resultados Inferenciales	76
4.3. Contraste de las Hipótesis.....	82
4.3.1. Hipótesis General	82
4.3.2. Hipótesis Específica	83
<i>CAPITULO V. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS</i>	91
5.1. Discusión de los resultados	91
5.2. Conclusiones	98
5.3. Recomendaciones	99
5.4. Bibliografía	101
5.5. Anexos	107

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4.....	37
Tabla 5:	42
Tabla 6:	43
Tabla 7:	44
Tabla 8:	49
Tabla 9:	50
Tabla 10:.....	51
Tabla 11:.....	52
Tabla 12:.....	53
Tabla 13:.....	54
Tabla 14:.....	56
Tabla 15:.....	57
Tabla 16:.....	58
Tabla 17:.....	59
Tabla 18:.....	61
Tabla 19:.....	62
Tabla 20:.....	63
Tabla 21:.....	64
Tabla 23:.....	66
Tabla 24:.....	67
Tabla 25:.....	68
Tabla 26:.....	69

Tabla 31:.....	70
Tabla 31:.....	71
Tabla 29:.....	72
Tabla 32:.....	73
Tabla 28:.....	74
Tabla 30:.....	75
Tabla 33:.....	76
Tabla 47:.....	77
Tabla 48:.....	78
Tabla 49:.....	79
Tabla 50:.....	80
Tabla 51:.....	81
Tabla 44:.....	83
Tabla 45:.....	84
Tabla 46:.....	85
Tabla 47:.....	86
Tabla 48:.....	87
Tabla 49:.....	88
Tabla 50:.....	89
Tabla 51:.....	90

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1:	108
ANEXO 2:	122
ANEXO 3:	124
ANEXO 4:	126

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal analizar la resiliencia frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria en tiempos de COVID - Arequipa 2020.

La importancia de la investigación se justifica en la resiliencia organizacional y su papel en el proceso de reactivación económica ya que un alto nivel de resiliencia en empresarios puede disminuir el nivel de vulnerabilidad de los negocios frente a riesgos esperados e inesperados. Por lo que es un tema importante en la recesión económica, la cual atraviesa nuestro país y el mundo.

Asimismo, la investigación corresponde a un trabajo de campo con enfoque de tipo cuantitativo, descriptivo-correlacional; con un diseño no experimental, transversal, correlacional. Para llevar a cabo dicha investigación se planteó como hipótesis principal la existencia de una correlación entre el nivel de resiliencia frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en los clientes Pyme de una agencia bancaria en tiempos de COVID - Arequipa 2020.

Finalmente, al analizar las variables se pudo encontrar que la correlación de Pearson tiene un valor de 0.070. Por lo que se aceptó la hipótesis nula (H_0), la cual manifiesta que no existe una correlación entre el nivel de resiliencia frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en los clientes pyme de una agencia bancaria en tiempos de covid - Arequipa 2020. Estos resultados son corroborados por Deb, Furceri, D. ostry, y Tawk, (2020) quienes en su investigación señalan que las medidas que se emplean para tratar de controlar el nuevo coronavirus hacen efectos en la economía, observando los indicadores económicos de política fiscal y monetaria tanto en la producción reflejada en el índice porcentual del PBI como a los diversos índices económicos generados por el efecto de la

no movilidad de las personas y el resultado del manejo respecto al trabajo no presencial y los diversos impactos que conllevan la inamovilidad. Por lo que podemos concluir que la variación en el nivel de ventas y la continuidad del negocio de la población en estudio estaría relacionado a factores externos como las medidas tomadas por el gobierno para frenar la pandemia.

Palabras Claves: Resiliencia, Variación de Ventas, Continuidad del Negocio, Pyme y Covid 19.

ABSTRACT

The main objective of this research work is to analyze the resilience against the variation of the level of sales and business continuity in SME clients of a banking agency in times of COVID - Arequipa 2020.

The importance of research is justified by organizational resilience and its role in the economic reactivation process, since a high level of resilience in entrepreneurs can reduce the level of vulnerability of businesses to expected and unexpected risks. So it is an important issue in the economic recession, which is going through our country and the world.

Likewise, the research corresponds to a field work with a quantitative, descriptive-correlational approach; with a non-experimental, cross-sectional, correlational design. To carry out this research, the main hypothesis was the existence of a correlation between the level of resilience against the variation in the level of sales and business continuity in SME clients of a banking agency in times of COVID - Arequipa 2020.

Finally, when analyzing the variables, it was found that the Pearson correlation has a value of 0.070. Therefore, the null hypothesis (HO) was accepted, which states that there is no correlation between the level of resilience against the variation of sales and business continuity in SME clients of a banking agency in times of covid - Arequipa 2020 These results are corroborated by Deb, Furceri, D. ostry, and Tawk, (2020) who in their research point out that the measures used to try to control the new coronavirus have effects on the economy, observing the economic policy indicators fiscal and monetary both in the production reflected in the percentage index of GDP and in the various economic indices generated by the effect of the non-mobility of people and the result of the management

with respect to non-face work and the various impacts that immobility entails. Therefore, we can conclude that the variation in the level of sales and the business continuity of the population under study would be related to external factors such as the measures taken by the government to stop the pandemic.

Key Words: Resilience, Sales Variation, Business Continuity, SMEs and Covid 19.

INTRODUCCIÓN

A través de la presente investigación se buscó analizar la resiliencia de los empresarios pymes frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio partiendo de la importancia de la resiliencia como un mecanismo de respuesta eficaz que se activa ante situaciones de amenaza o dificultad, en este caso la recesión económica que afronta el Perú actualmente. Debido al impacto de la pandemia del COVID-19, se espera que la economía esté en recesión el año 2020, lo que provocará un aumento de la pobreza y la desigualdad. Y esta situación afectaría principalmente a las Pymes, por lo que el Gobierno ha ensamblado un programa integral de alivio y contención económica para proteger a la población vulnerable y apoyar a las empresas que comprende medidas de apoyo a los ingresos, pago de impuestos diferidos y garantías de crédito para el sector privado.

Para ello la investigación se desarrolló en capítulos. El I capítulo está compuesto por: Planteamiento del problema, descripción y formulación del problema, objetivos generales y específicos, justificación y limitaciones de la investigación. El II capítulo está formado por el marco teórico donde se desarrollan los temas que nos ayudan a profundizar la investigación; el III capítulo se desarrolló la metodología de la investigación, delimitaciones de la investigación, hipótesis general y específica, variables de estudio, población, muestra, enfoque-tipo de investigación, técnicas instrumentos y fuentes de recolección de datos así mismo la validez y confiabilidad del instrumento utilizado. El IV capítulo está formado por los resultados descriptivos e inferenciales y el contraste de la hipótesis. Y finalmente en el capítulo V se desarrolló la discusión, conclusiones y recomendaciones que sirvan de mejora para los clientes Pyme.

CAPITULO I.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del Problema

En nuestro país se estima que este año el producto bruto interno (PBI) caería en 4.5%, como consecuencia de la crisis sanitaria producida por el coronavirus (Covid-19) (Prialé, 2020, pág. 11)

El ministerio de Salud declaró emergencia sanitaria a nivel nacional, por la existencia del COVID 19, mediante el Decreto Supremo N°044-2020-PCM y sus normas complementarias, declara Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID 19; el cual dispuso, la suspensión del transporte interprovincial de pasajeros, por medio terrestre, aéreo y fluvial. El gobierno anunció que solo se podrá salir a las calles para adquisición, producción y abastecimiento de alimentos y medicamentos, asistencia a centros de servicios y de salud y retorno al lugar de residencia, para acudir a entidades financieras, seguros y pensiones.

Según OXFORD ECONOMICS, si la propagación no se controla, las repercusiones económicas podrían manifestarse hasta en una contracción del 1.3% del PBI mundial, costándole a la economía alrededor de \$1,1 trillones de dólares, los sectores más afectados serán: la industria textil, industria tecnológica, turismo, aerolíneas, comercio,

sector industrial y manufactura en consecuencia las organizaciones deberán realizar evaluaciones de riesgo para poder afrontar la crisis.

Debido al impacto de la pandemia del COVID-19, se espera que la economía esté en recesión el año 2020, lo que provocará un aumento de la pobreza y la desigualdad. La profundidad de estos impactos dependerá de la duración de la crisis y la respuesta del Gobierno.

El Gobierno ha ensamblado un programa integral de alivio y contención económica para proteger a la población vulnerable y apoyar a las empresas que comprende medidas de apoyo a los ingresos, pago de impuestos diferidos y garantías de crédito para el sector privado. Dada la naturaleza temporal esperada del choque se proyecta que la economía se recupere fuertemente en 2021, lo que conduciría a una reanudación en la reducción de la pobreza. (AIF, 2020)

Así mismo, la elevada participación de las PYME en la creación del empleo, que representa más del 50% del empleo formal, aumenta los impactos negativos, pues este sector ha sido duramente afectado por la crisis.

La emergencia del COVID-19 ha generado cambios importantes en las políticas de apoyo a las microempresas y pymes (mipymes) de América Latina y, al mismo tiempo, ha abierto nuevos interrogantes y desafíos para el futuro. La presión experimentada por la institucionalidad pública para enfrentar la pandemia ha revelado con claridad las fragilidades del sistema de fomento de las mipymes, pero, al mismo tiempo, ha estimulado la activación de nuevas respuestas que, de ser capitalizadas pueden resultar útiles para resolver viejas deudas del sistema de fomento y dar vida a nuevos programas o modalidad de operación más eficientes (Heredia Zurita & Dini, 2021, pág. 19)

Asimismo, Julio Pardave, presidente de la Asociación Pyme Perú, dijo que los gremios de las pequeñas y microempresas preparan una propuesta que alcanzarán al Gobierno para reactivar la producción una vez que el Perú supere la crisis económica y social desatada por la epidemia del coronavirus a nivel mundial.

RCR, 20 de marzo de 2020 “Vamos a preparar documentos que vamos a llevar al presidente de la República para que se sienten todos los involucrados para definir una política a largo plazo donde las Pymes, que somos el 99.5% de las unidades productivas del país, se involucren y podamos contribuir con el sector privado y las universidades”

RCR, 20 de marzo de 2020 “es el momento de iniciar un camino al desarrollo nuevamente de nuestra industria. Las Pymes somos parte del grupo de proveedores que las grandes empresas tienen. Nosotros queremos que el aparato productivo se reactive al 100%. Los fondos que se establezcan deben ser para aquellas Pymes que están paralizadas”, dijo. “Si una Pyme para una semana, esa Pyme ya estaría dejando de funcionar. La mayoría de Las pymes son empresas familiares y al no tener algo que producir se ven obligadas a cerrar. Si el microempresario no trabaja en el día, no va a tener que llevar algo a su hogar. Debemos prever un plan de emergencia para estos males que se vienen”, manifestó. (Pardave, 2020)

A través de la presente investigación se busca analizar la respuesta de las Pymes frente a la recesión. Dentro de las diferentes acepciones que encierra el concepto de resiliencia en las ventas de los negocios en los clientes PYME del terreno empresarial, también se puede tomar como un mecanismo de respuesta eficaz que se activa ante situaciones de amenaza o dificultad, en este caso la recesión económica que afronta el Perú actualmente.

Así también como definir cuantitativamente la relación directa de la respuesta asertiva de las Pymes como proceso estratégico frente a la variación de ventas, continuidad y respuesta de estos en tiempos de Covid.

En tanto que hemos utilizado el término de resiliencia organizacional podemos definirla como “la capacidad de enfrentar los desafíos buscando construir y fortalecer desde lo interno a la empresa para disminuir el riesgo en el ambiente” (Veliz, 2014) mientras que para Ruiz-Martín (2017) es definida como “la combinación apreciable de características, habilidades, capacidades o competencias que permiten a una organización soportar perturbaciones conocidas y desconocidas y aun así sobrevivir”. (Neri Guzmán, Medina Rivera, Medina Ortega, & González Ramírez , 2021)

1.2. Formulación del Problema

1.2.1.Pregunta General

¿Cómo es la resiliencia frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria en tiempos de COVID - Arequipa 2020?

1.2.2.Preguntas Específicas

- A. ¿Cuál es el nivel de resiliencia de clientes pyme de una agencia bancaria?
- B. ¿Cuál es el nivel de variación del nivel de ventas en clientes pyme de una agencia bancaria en tiempos de COVID?
- C. ¿Cuál es el nivel de continuidad del negocio en clientes pyme de una agencia bancaria en tiempos de Covid?
- D. ¿Cuál es el nivel de correlación del componente de la Confianza en sí mismo frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria?

- E. ¿Cuál es el nivel de correlación del componente de la Ecuanimidad frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria?
- F. ¿Cuál es el nivel de correlación del componente de la Perseverancia frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria?
- G. ¿Cuál es el nivel de correlación del componente de la Satisfacción personal frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria?
- H. ¿Cuál es el nivel de correlación del componente de Sentirse bien solo frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Analizar la resiliencia frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes pyme de una agencia bancaria en tiempos de covid - Arequipa 2020.

1.3.2. Objetivos Específicos

- A. Conocer la resiliencia de clientes pyme de una agencia bancaria.
- B. Determinar la variación del nivel de ventas en clientes pyme de una agencia bancaria en tiempos de COVID.
- C. Conocer la continuidad del negocio en los clientes Pyme de una agencia bancaria en tiempos de COVID.
- D. Determinar la correlación de la Confianza en sí mismo frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria.
- E. Comprender la relación de la Ecuanimidad frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria.

- F. Estudiar la correlación del componente de la Perseverancia frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria.
- G. Entender la correlación del componente de la Satisfacción personal frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria.
- H. Conocer la correlación del componente de Sentirse bien solo frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria.

1.4. Justificación de la Investigación.

1.4.1. Justificación metodológica

La presente investigación corresponde a un trabajo de campo con enfoque de tipo cuantitativo, dado que el método exige la recolección de datos para ser comprobados, generando información numérica y a la vez se emplea medios estadísticos para medir los resultados de forma concluyente, con el fin de analizar el nivel de resiliencia frente a la a la variación de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria en tiempos de Covid - Arequipa 2020.

El interés por la realización de la presente investigación se justifica en la importancia, necesaria en la actualidad de este tema complejo y susceptible, dado el alto nivel de preocupación de afectación que ha generado la pandemia en multiplicidad de aspectos, de los cuales, la resiliencia organizacional post crisis sanitaria es de fundamental importancia en el proceso de reactivación económica, social y emocional de la población mundial, existente internacionalmente, por lo tanto, se busca obtener una descripción del tema a partir del cual se puede propiciar propuestas de cambio a fin de aportar un beneficio social- empresarial al sector Pyme.

La magnitud del problema abordado toma en cuenta el nivel de resiliencia en clientes pyme de una agencia bancaria, considerando así el enunciado de Sanchis & Poler.

La resiliencia como una capacidad adaptativa de la empresa. La describe como su habilidad para tratar, adaptarse y recuperarse ante una perturbación. La resiliencia muestra cómo de bien una empresa puede disminuir su nivel de vulnerabilidad ante riesgos tanto esperados como no esperados; cómo de flexible es reorganizándose a pesar del entorno cambiante y cómo de efectiva puede ser recuperándose en el menor tiempo posible y con el menor coste (Sanchis & Poler, 2011, pág. 182).

Convirtiéndolo en un tema álgido más aun en la recesión económica, la cual atraviesa nuestro país, afectando principalmente: el nivel de ventas y continuidad de los negocios.

Por tanto, y en razón a lo importante de esta investigación la tesista se ve interesada en realizar un estudio que permita contar con evidencia empírica formal para la toma de decisiones que estén encaminadas a revisar y proponer opciones de mejora para dicho problema.

El impacto concreto que espera obtener la presente investigación y que impulsa su realización, es poder establecer si realmente un alto nivel de resiliencia de los clientes pyme les permite afrontar de manera positiva la variación de ventas y continuidad del negocio de estos tiempos de Covid - Arequipa

1.5. Limitaciones de la Investigación.

La presente investigación se enfocará en el análisis de la resiliencia frente a la variación de ventas y continuidad del negocio, en clientes pyme de una agencia bancaria - Arequipa 2020 en el centro comercial la negrita, donde la tesista labora actualmente, por lo que se coordinó realizar el presente estudio con cada uno de los clientes pertenecientes a dicha agencia. Por temas de confidencialidad y políticas del banco no se permite el uso del

nombre de la entidad bancaria ni de las empresas en estudio. Sin embargo, se cuenta con las autorizaciones de cada uno de los empresarios.

Falta de evidencias y datos históricos relacionados a una pandemia y su relación con la recesión económica y su efecto en las Pymes.

Por ello se creó un instrumento que nos permita evaluar la adaptación y ventas de las Pyme, considerando las principales dimensiones de lo que se considera recesión económica dentro de las Pyme como; nivel de ingresos y continuidad del negocio durante la pandemia.

CAPITULO II.

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1. Antecedentes internacionales

Procedemos con el estudio de la crisis económica que viene atravesando el Perú y el mundo, para ello es necesario conocer la historia de las crisis económicas a nivel internacional.

Para tener mayor conocimiento mencionaremos las crisis económicas a lo largo de la historia “Las principales crisis económicas mundiales en orden de importancia son la Segunda Guerra mundial, La Primera Guerra mundial, la Gran Depresión la crisis de principios de los años de 1920 y una serie de eventos de la posguerra como la crisis de las deudas de Latinoamérica en los años de 1980 y las crisis financieras asiáticas de 1997 y 1998” ((MARICHAL, 2016, pág. 4)

Las crisis económicas mundiales expresan las tensiones del régimen de acumulación imposibles de resolver según el funcionamiento ordinario del sistema. A la gran crisis de 1929 siguió una depresión superada definitivamente al enorme costo de la II Guerra Mundial. Luego de la expansión de posguerra, la crisis de los años setenta marcó una inflexión. Desde entonces sucesivas crisis se repitieron periódicamente en las cuatro

décadas siguientes, con lapsos cortos de recuperación, hasta el estallido de 2007. (Rapoport & Brenta, 2010)

Así tenemos” La gran recesión”, la cual hace referencia a la crisis que se inició en 2007 y modificó la estructura económica de los países afectados. El colapso financiero que se produjo en septiembre de dicho año provocó que los sistemas gubernamentales tuvieran que tomar decisiones rápidas. La situación, que se desencadenó en Estados Unidos, rápidamente se transfirió al sistema bancario europeo. Muchos de los países de Europa vieron como lo que comenzó siendo una crisis financiera, llegó a implicar la calidad de vida debido a la caída de empleo.

La gran recesión ha tenido un fuerte impacto sobre la actividad económica de los países de la Unión Europea (UE), cuyas consecuencias sobre los mercados de trabajo — principalmente, en términos de destrucción de empleo y aumento del paro— han provocado un significativo deterioro de las condiciones de vida y trabajo de una amplia parte de la población. (Rocha, 2012, pág. 69)

2.1.2. Antecedentes a lo largo de la historia

Así también los estudios demuestran lo siguiente. Los factores de análisis de resiliencia se constituyen como los factores claves de éxito frente al modelos de transformación organizacional de la cadena de suministro en las Pymes (Villalba Rivera, 2017, pág. 87)

Es muy cierto lo manifestado por Somers, ya que en la cultura organizacional no se trata de seguir pasos sino de tener el criterio suficiente como para poder afrontar situaciones complejas que ayudados por la conducta y la actitud se puede lograr adaptarse a las situaciones cambiantes, lo que ayuda a que los empresarios sean resilientes; asimismo, es necesario tener en cuenta las palabras de Lengnick Hall y Beck citado por

Somers en el 2009, en donde indica que: “la resiliencia es una mezcla de comportamientos, perspectivas e interacciones que se desarrollan, se miden y se administran; por ello, es un factor tan importante para medir cuando se observa cómo las organizaciones responden ante las crisis” (Pinzon Riaño, 2019, pág. 182).

Es importante considerar estas mezclas de comportamientos porque este podría representar el punto de partida para poder entender de mejor manera las actitudes de los empresarios y su capacidad de respuesta ante la crisis. Se debe agregar que:

Minolli (2005) afirma que empresas resilientes son aquellas capaces de absorber cambios y rupturas, tanto internos como externos, sin que por ello se vea afectada su rentabilidad y que incluso desarrollan una flexibilidad tal que, a través de procesos de rápida adaptación, logran obtener beneficios extras, sean éstos pecuniarios o intangibles, derivados de circunstancias adversas y/o imprevistas (Sanchis & Poler, 2011).

Consideramos la importancia que se le debe de dar a la capacidad de resiliencia de los empresarios ya que permitirá que la rentabilidad de las empresas no sea afectada, Además, Erol et al. (2010a) define “como la capacidad de las organizaciones para disminuir la vulnerabilidad, habilidad para cambiar y adaptarse, así como la habilidad para recuperarse rápidamente ante imprevistos” (Sanchis & Poler, 2011, pág. 182).

Por otro lado, encontramos que Gallopin (2006) considera:

La resiliencia como una capacidad adaptativa de la empresa. La describe como su habilidad para tratar, adaptarse y recuperarse ante una perturbación. La resiliencia muestra cómo de bien una empresa puede disminuir su nivel de vulnerabilidad ante riesgos tanto esperados como no esperados; cómo de flexible es reorganizándose a pesar del entorno cambiante y cómo de efectiva puede ser recuperándose en el menor tiempo posible y con el menor coste (Sanchis & Poler, 2011, pág. 182).

Así mismo podemos indicar que los factores de análisis (resiliencia y adaptabilidad) son factores claves del éxito de las pymes, entonces se puede decir que:

El grado de resiliencia y de adaptabilidad organizacional está fuertemente influenciado por el desarrollo de actividades dinámicas e innovadoras dentro de la organización, los cuales se suscitan por una amplia directriz organizacional que enfoque los esfuerzos de gestión de desarrollo y cambio organizacional frente al cumplimiento de planes, programas que permitan el logro y cumplimiento de las metas trazadas para un periodo de tiempo, planeación estratégica, estos elementos sumados a una amplia capacitación y formación de los colaboradores frente al desarrollo de competencias de trabajo en equipo, liderazgo y cumplimiento de metas permitirá la transformación efectiva de los procesos tanto de la cadena de suministro como de los demás procesos de la organización. (Villalba Rivera, 2017, pág. 87)

En consecuencia, podemos destacar la importancia de tener una efectiva resiliencia dentro de las pymes, para ello es necesario comprender el valor de la planeación estratégica y gestión de proyectos.

Por ello, dos términos cobran relevancia: planeación estratégica y gestión de proyectos. Dentro del ambiente de las pymes, ambos conceptos conllevan ideas de cosas muy complejas o elevadas; pero, en términos simples, realizar la planeación estratégica no es más que alinear lo que se hace dentro de la empresa con los objetivos que plantea la organización (por ejemplo, ganar más participación del mercado, incrementar el margen de ganancia, reducir los costos operativos, asegurar la satisfacción del cliente, etc.) (Triana, 2016, pág. 48)..

Una crisis económica implica la caída brusca en la producción y en casos muy dramáticos, suele considerarse una descendiente durante al menos dos trimestres

consecutivos, esta es una caída muy profunda y prolongada de la economía. Podemos agregar que:

El PBI es uno de los indicadores más importantes de nuestra economía. Todos los gobiernos tratan de medir la efectividad de su gestión con indicadores que demuestren que el PBI nacional está creciendo (Domingo Begazo & Torres Agurto, 2009)

Así también es muy interesante y da paso a una reflexión sobre las paradojas en cuanto al análisis del PBI. Lo dicho por:

El Premio Nóbel de Economía, Joseph Stiglitz, explica que utilizando la metodología tradicional de las cuentas nacionales se puede incurrir en paradojas tales como un crecimiento sostenido del indicador PBI durante varios años, acompañado de elevados índices de pobreza. Ello se debe a que el PBI no mide adecuadamente los cambios que afectan al bienestar, ni permite comparar correctamente el bienestar de diferentes países; sólo compensa a los gobiernos que aumentan la producción material. (Domingo Begazo & Torres Agurto, 2009)

Como indicamos anteriormente, el PBI se basa en el estudio del incremento o descenso de la producción, por lo que es importante considerar la teoría DE CALOS MARX marxista de Marx.

Según Marx (1867) el modo de producción capitalista posee unas leyes generales de movimiento sometidas a la lógica de valorización, por lo que en última instancia el colapso de la generación de valor, y por extensión, de la apropiación de beneficio por parte del capital, genera la crisis económica. (Mateo Tomé, 2013)

Si bien es cierto, la tendencia del PBI no es lineal, de lo contrario, es muy variante y este puede crecer y decrecer según el análisis de la producción, es por eso que, se

recomienda el estudio del ciclo económico. National Bureau of Economic Research (NBER). Burns y Mitchell (1946) establecen la siguiente definición:

Un ciclo consiste en expansiones que ocurren aproximadamente al mismo tiempo en muchas de las actividades económicas, seguidas generalmente de recesiones, contracciones, y reactivaciones que se fusionan en la fase de expansión del ciclo siguiente; esta secuencia de cambios es recurrente pero no periódica; la duración de los ciclos económicos varía entre más de un año y diez o doce años. (Herman Kami, 1998, pág. 3)

Una vez que tenemos un amplio conocimiento de la inferencia del PBI y la crisis económica, damos paso al análisis de las consecuencias de la recesión económica.

Una de las consecuencias más recurrentes a partir de una crisis económica suele ser las migraciones, como se detalla a continuación:

Las transformaciones sufridas por el Perú desde 1950 se combinan, pues, ahora, treinta años más tarde para dar lugar a un proceso de gran envergadura cuyos factores desencadenantes deben ser identificados en los cambios demográficos que desplazaron el peso de la población de la Lima Metropolitana hacia los sectores provincianos; en la rigidez de las estructuras jurídicas e institucionales, que diseñadas desde una metrópoli criolla no han tenido capacidad ni voluntad de adaptación; en la crisis económica y la recesión generalizada; y, en la quiebra y deterioro del sistema de controles institucionales y estatales, carente de los medios y recursos adecuados para hacerse cargo eficazmente de la nueva urbe. (Matos Mar, 1986, pág. 93).

Sin embargo, se revisó estudios realizados con las variables de estudio (RESILIENCIA, VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD DEL NEGOCIO).

(VILLARAN, 2000, pág. 3) “Se postula que las características y condiciones actuales de la economía hacen muy difícil la permanencia de las empresas pequeñas que se mantienen solas, sin contacto con otras empresas (ya sean más grandes o de su mismo tamaño), con las instituciones de apoyo, universidades, centros tecnológicos, etc. Por lo tanto, la estrategia de promoción debe poner fin al aislamiento tradicional de las Pymes. Para ello se requieren medidas e instrumentos específicos que van desde la dinamización de los mercados de salida de sus productos hasta la consolidación de los mercados de los servicios necesarios para alcanzar las condiciones de competitividad en los mercados donde actúa. Se presentan un conjunto de instrumentos y medidas planteadas por los gremios empresariales de las Pymes al gobierno en 1998, para su discusión. Precisamente, la estructura empresarial hace difícil las articulaciones entre empresas que se postula como una estrategia válida para enfrentar los retos de la globalización”.

(VILLARAN, 2000, pág. 3) “Finalmente se hace una descripción de la situación actual de las políticas e instituciones de promoción a las Pymes, tanto en lo que se refiere al campo de los servicios financieros como los servicios de desarrollo empresarial (no financieros). Nuevamente, se vinculan las dificultades que encuentran las instituciones de promoción con la estructura empresarial peruana, al constatar la existencia de muchas microempresas, pero pocas pequeñas y medianas como clientes actuales y potenciales”.

(BARBOSA RAMIREZ, 2015, pág. 7) “Desde la noción universal sobre la empresa como un sistema de interacción con un entorno determinado para alcanzar un objetivo, de manera planificada y en función de satisfacer las demandas de un mercado mediante la actividad económica, su viabilidad, sostenibilidad y crecimiento dependerán, por supuesto, de una serie de estrategias adecuadas no solo para tales fines, sino también para enfrentar diversidad de agentes endógenos y exógenos que puedan afectar el normal

desempeño de su gestión. Estamos hablando de la importancia de la resiliencia organizacional y del Capital Psicológico. En un escenario tan impredecible como el de la economía mundial, donde la constante son los cambios en su comportamiento —unos propios de su dinámica e interdependencia, naturales de fenómenos como la globalización, y otros derivados de eventos disruptivos— hoy más que nunca es necesario implementar el modelo de la empresa resiliente, que es aquella entidad capaz de adaptarse y recuperarse frente a una perturbación. Al mismo tiempo, más allá de su tamaño, naturaleza u objeto social, es indispensable reconocer básicamente que toda organización está constituida por personas, lo cual implica la trascendencia que para su funcionamiento tiene el factor humano-dependiente, y por lo tanto se crea la necesidad de promover el Capital Psicológico y la resiliencia a nivel de las organizaciones a través de una cultura empresarial”.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Definición de términos

2.2.1.1. Resiliencia

Aunque existen diversas definiciones, una de las más generalizadas y aceptadas la designa como la capacidad de un individuo para enfrentar las dificultades, superarlas e inclusive convertirlas en oportunidades. Puede ser la consecuencia de una combinación de factores ambientales, de temperamento y de un tipo de habilidad cognitiva. (Tovar Gómez, 2015)

2.2.1.2. Variación de ventas

La variación de ventas es un término utilizado para describir la diferencia entre las cifras de ventas proyectadas o presupuestadas de una empresa y la cantidad total de ventas que realmente ocurren en el período considerado. El desglose de la variación de ventas

puede centrarse en los ingresos globales generados o recaudados para el período en comparación con las cifras de ventas proyectadas, o proporcionar una visión más detallada que tenga en cuenta las diferencias en los precios unitarios (Netingbag, 2021, pág. 1)

2.2.1.3. Continuidad del negocio

A fin de gestionar una crisis de este calibre, las empresas deben aplicar su plan de continuidad del negocio e iniciar un plan de gestión de crisis (y de no tenerlos deberán estructurarlos); en ambos casos se deberá validar si es aplicable en el escenario actual y si no, será necesario actualizarlos. Un plan de continuidad del negocio es principalmente operativo y debe contemplar todas las medidas preventivas y acciones necesarias para mantener la operatividad de la organización a un nivel mínimo aceptable durante una contingencia. En cuanto al plan de gestión de crisis, este debe enfocarse en la respuesta a la misma, analizando los distintos escenarios a los que la compañía podría enfrentarse y las alternativas de respuesta adecuadas (Elorza & Oteno, 2020)

2.2.1.4. Pyme

Pymes es el acrónimo de pequeñas y medianas empresas, esto se traduce en las empresas que cuentan con no más de 250 trabajadores en total y una facturación moderada. Son empresas que no poseen un gran tamaño ni mucho menos una enorme facturación, con un número limitado de trabajadores y que no disponen de los grandes recursos de las empresas de mayor tamaño. (MYPES.PE)

2.2.1.5. Entidad Bancaria

Una entidad financiera es cualquier entidad o agrupación que tiene como objetivo y fin ofrecer servicios de carácter financiero y que van desde la simple intermediación y asesoramiento al mercado de los seguros o créditos bancarios. (Sánchez Galán, 2020).

2.2.1.6. COVID 19

En diciembre de 2019 fueron reportados una serie de casos de pacientes hospitalizados con una enfermedad nueva caracterizada por neumonía e insuficiencia respiratoria, a causa de un nuevo coronavirus (SARS-CoV-2), en la provincia de Hubei, China. El 11 de febrero de 2020, la Organización Mundial de la Salud nombró este agente etiológico como COVID-19 (Coronavirus Disease, 2019). Posteriormente, y a pesar de las extensas medidas de contención, la enfermedad ha continuado avanzando hasta afectar al resto de los países de Asia, Medio Oriente y Europa. El 11 de marzo, la COVID-19 fue declarada pandemia en una rueda de prensa mundial por Tedros Adhanom Ghebreyesus, director general de la Organización Mundial de la Salud. (Pandemia por COVID-19: el mayor reto de la historia del intensivismo, 2020).

2.2.2. Resiliencia

2.2.2.1. Origen de la palabra resiliencia

El vocablo resiliencia tiene su origen en el idioma latín, en el término resilio que significa volver atrás, volver de un salto, resaltar, rebotar. El término fue adaptado a las ciencias sociales para caracterizar aquellas personas que, a pesar de nacer y vivir en situaciones de alto riesgo, se desarrollan psicológicamente sanos y exitosos (Rutter, 1993). (Kotliarenco Ph. D., Cáceres, & Fontecilla, 1997, pág. 5).

2.2.2.2. Definición de resiliencia

Capacidad humana universal para hacer frente a las adversidades de la vida, superarlas o incluso ser transformado por ellas. La resiliencia es parte del proceso evolutivo y debe ser promovido desde la niñez (Grotberg, 1995).

La resiliencia se ha caracterizado como un conjunto de procesos sociales e intrapsíquicos que posibilitan tener una vida sana, viviendo en un medio insano. Estos procesos tendrían lugar a través del tiempo, dando afortunadas combinaciones entre atributos del niño y su ambiente familiar, social y cultural. De este modo, la resiliencia no puede ser pensada como un atributo con que los niños nacen, ni que los niños adquieren durante su desarrollo, sino que se trataría de un proceso interactivo (Rutter, 1992) entre éstos y su medio. (Kotliarenco Ph. D., Cáceres, & Fontecilla, 1997, pág. 6)

La resiliencia, o capacidad de superar los eventos adversos, y ser capaz de tener un desarrollo exitoso a pesar de circunstancias muy adversas (muerte de los padres, guerras, graves traumas, etc.), ha cobrado un gran interés en los últimos años y poco a poco se va convirtiendo en un término muy popular. (Psicopatología, 2006)

2.2.2.3. Pilares de la resiliencia

La experiencia con los niños pobres de Kauai (Melillo, 2020) permitió considerar componentes básicos de la resiliencia, que actúan como factores de protección para los individuos, al margen de si existen o no agentes adversos en sus respectivos entornos, tratando de estimularlos una vez que fueran detectados. Así se describieron los siguientes:

- Autoestima consistente. Es la base de los demás pilares y es el fruto del cuidado afectivo consecuente del niño o adolescente por un adulto significativo, “suficientemente” bueno y capaz de dar una respuesta sensible.
- Introspección. Es el arte de preguntarse a sí mismo y darse una respuesta honesta. Depende de la solidez de la autoestima que se desarrolla a partir del reconocimiento del otro. De allí la posibilidad de captación de los jóvenes por grupos de adictos o delincuentes, con el fin de obtener ese reconocimiento.

- Independencia. Se definió como el saber fijar límites entre uno mismo y el medio con problemas; la capacidad de mantener distancia emocional y física sin caer en el aislamiento. Depende del principio de realidad que permite juzgar una situación con prescindencia de los deseos del sujeto. Los casos de abusos ponen en juego esta capacidad.
- Capacidad de relacionarse. Es decir, la habilidad para establecer lazos e intimidad con otras personas, para balancear la propia necesidad de afecto con la actitud de brindarse a otros. Una autoestima baja o exageradamente alta produce aislamiento: si es baja por autoexclusión vergonzante y si es demasiado alta puede generar rechazo por la soberbia que se supone.
- Iniciativa. El gusto de exigirse y ponerse a prueba en tareas progresivamente más exigentes.
- Humor. Encontrar lo cómico en la propia tragedia. Permite ahorrarse sentimientos negativos, aunque sea transitoriamente y soportar situaciones adversas.
- Creatividad. La capacidad de crear orden, belleza y finalidad a partir del caos y el desorden. Fruto de la capacidad de reflexión, se desarrolla a partir del juego en la infancia.
- Moralidad. Entendida ésta como la consecuencia para extender el deseo personal de bienestar a todos los semejantes y la capacidad de comprometerse con valores. Es la base del buen trato hacia los otros.
- Capacidad de pensamiento crítico. Es un pilar de segundo grado, fruto de las combinaciones de todos los otros y que permite analizar críticamente las causas y responsabilidades de la adversidad que se sufre, cuando es la sociedad en su conjunto la adversidad que se enfrenta. Y se propone modos de enfrentarlas y cambiarlas. A esto se llega a partir de criticar el concepto de adaptación positiva o falta de desajustes que en la literatura anglosajona se piensa como un rasgo de resiliencia del sujeto (Melillo, 2020)

2.2.2.4. Resiliencia comunitaria

Se trata de una concepción latinoamericana desarrollada teóricamente por (Suárez Ojeda, 2001), a partir de observar que cada desastre o calamidad que sufre una comunidad, que produce dolor y pérdida de vidas y recursos, muchas veces genera un efecto movilizador de las capacidades solidarias que permiten reparar los daños y seguir adelante. Eso permitió establecer los pilares de la resiliencia comunitaria: autoestima colectiva, que involucra la satisfacción por la pertenencia a la propia comunidad; identidad cultural, constituida por el proceso interactivo que a lo largo del desarrollo implica la incorporación de costumbres, valores, giros idiomáticos, danzas, canciones, etcétera, proporcionando la sensación de pertenencia; humor social, consistente en la capacidad de encontrar la comedia en la propia tragedia para poder superarla; honestidad estatal, como contrapartida de la corrupción que desgasta los vínculos sociales; solidaridad, fruto de un lazo social sólido que resume los otros pilares.

2.2.2.5. Resiliencia organizacional

Basada en los conceptos de la resiliencia individual, es la capacidad de una empresa para adaptarse a los cambios, y reponerse rápidamente, generando oportunidades y adelantándose a la competencia. Otros enfoques la definen como la habilidad para extraer lo bueno de entre lo malo, y además como un valor estratégico. (Tovar Gómez, 2015)

Puede deducirse que la resiliencia es un proceso dinámico, que comprende la adaptación positiva a los escenarios desfavorables o en conflicto, para que tal desarrollo pueda darse, hay condiciones indispensables, que no son otras que las de estar expuestos - individuos u organizaciones- a circunstancias amenazantes, a situaciones tormentosas, al cabo de las cuales debe haber una adaptación positiva (Luthar S, S; Cicchetti, D; Becker, B., 2000).

2.2.3. Variación de Ventas

2.2.3.1. Ingresos en marzo

El 50% de empresas reportó haber reducido sus ingresos en un 80%. El 9% de empresas afirmaron haber mantenido su volumen de ventas o haberlas incrementado.

2.2.3.2. Ingresos en abril

El 77% de empresas reportó haber reducido sus ingresos en un 80%. El porcentaje de empresas que afirmaron haber mantenido su volumen de ventas o haberlas incrementado se redujo al 5%.

2.2.3.3. Ingresos en mayo

El 38% de empresas considera que sus ingresos mejorarán en mayo. Por otro lado, el 46% opina que sus ingresos en mayo serán iguales a los de abril.

2.2.3.4. Sectores con mejores pronósticos

Algunas empresas de manufactura y de comercio creen que sus ventas podrían ser mejores a las que tenían antes de la crisis. (Crespo, 2020)

2.2.4. Pymes

Pymes es el acrónimo de pequeñas y medianas empresas, esto se traduce en las empresas que cuentan con no más de 250 trabajadores en total y una facturación moderada. Son empresas que no poseen un gran tamaño ni mucho menos una enorme facturación, con un número limitado de trabajadores y que no disponen de los grandes recursos de las empresas de mayor tamaño. (MYPES.PE, 2020)

2.2.4.1. Importancia de las Pyme

La importancia de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) es similar en todo el mundo, ya que aportan entre 70% y 90% de los empleos y aportan la mitad del PBI mundial.

A pesar de sus dimensiones, el poco personal y las bajas cantidades de ingresos que perciben, su impacto se siente, tanto nacional como internacionalmente, pues, cuando juntas las miles y miles de PYMES que existen, te enfrentas a un número colosal de empresarios, trabajadores e ingresos (Fischman, blog.hubspot.es, 2019).

2.2.4.2. Pymes peruanas

La legislación peruana define a la PYME como: «la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente. Las PYMES peruanas tienen por objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios». Estas empresas de menor tamaño se categorizan, de acuerdo con el DECRETO SUPREMO N° 013-2013-PRODUCE, en Micro, Pequeña o Mediana, dependiendo de sus niveles de ventas anuales (Fischman, blog.hubspot.es, 2019)

En el Perú, las PYMES desempeñan un papel fundamental en la economía nacional: contribuyen a la creación del empleo, disminuyen la pobreza e incrementan el Producto Bruto Interno. En lo que se refiere al tamaño empresarial por número de empresas, las micro, pequeñas y medianas empresas representan el 99,5% y la gran empresa el 0,5% del total. (MYPES.PE, 2020)

2.2.4.3. Factores de adaptación de las Pymes

Concretamente, los que aparecen con mayor frecuencia son la gestión financiera, los recursos tecnológicos y la innovación, la calidad, la dirección y gestión de los recursos humanos, la flexibilidad de la estructura organizativa, los sistemas de información y las

alianzas y acuerdos de cooperación. La mayoría de estos recursos han sido identificados también como factores de éxito de la gran empresa, lo que cuestiona su exclusividad y nos conduce a analizar el papel jugado como favorecedores del éxito competitivo en las empresas de menor tamaño, según las investigaciones revisadas. (Aragón Sánchez & Rubio Bañón, 2005, pág. 40)

2.2.4.4. Capacidad de resiliencia en Pymes

A. Planeación estratégica

Los nuevos enfoques sobre competitividad tienden a considerar que las posiciones de mercado de las empresas son el resultado de un sendero de mediano o largo plazo, en el cual su capacidad de generar respuestas innovadoras es vital. Esta perspectiva ha tendido a ser asumida de manera creciente y con un interesante grado de coincidencias entre los aportes realizados desde el campo de la economía y del management estratégico. (Kantis, 1996, pág. 2)

Como resultado de las transformaciones registradas en la economía argentina se aprecia una jerarquización de las diversas áreas de la gestión de la empresa. La transición desde una economía cuasi-cerrada y con elevada inflación hacia un escenario de fuerte presión competitiva y relativa estabilidad macroeconómica, ha provocado un aumento de la importancia relativa de la gestión estratégica global de las empresas, en desmedro de la concentración casi exclusiva en los aspectos financieros de corto plazo que caracterizaron la anterior década.

B. Planeamiento y gestión de proyectos

Conjunto de herramientas y estrategias para planear, organizar, motivar y controlar recursos para la consecución de objetivos trazados en un proyecto. (Triana, 2016, pág. 54)

2.2.5. Entidad bancaria

Una entidad bancaria (Bancos y Cajas de Ahorro) es una institución financiera que se encarga de administrar el dinero de unos para prestarlo a otros. La banca, o el sistema bancario, es el conjunto de entidades o instituciones que, dentro de una economía determinada, prestan el servicio de banco o banca. (Consumoteca, 2020)

Una entidad financiera es cualquier entidad o agrupación que tiene como objetivo y fin ofrecer servicios de carácter financiero y que van desde la simple intermediación y asesoramiento al mercado de los seguros o créditos bancarios. (Sánchez Galán, 2020)

Cada país cuenta con sus propias leyes e instituciones que regulan y supervisan el funcionamiento de las entidades financieras. En el Perú estas instituciones son:

El Banco Central de Reserva del Perú, o BCRP por sus siglas.

La Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones, conocida como SBS, por sus siglas.

La Comisión Nacional Supervisora de Empresas y Valores, también conocida por su acrónimo CONASEV.

La Superintendencia de Administración de Fondos de Pensiones o SAFP. (cuentas, 2020)

2.2.5.1. Tipos de entidades financieras

A través de la correspondiente regulación y normativa, pueden clasificarse las entidades financieras dependiendo del servicio ofrecido en:

Entidades de crédito: por ejemplo, los bancos y cajas de ahorro que todos conocemos.

Empresas de servicios de inversión y entidades aseguradoras.

El gran volumen de recursos económicos que pasan por las manos de este tipo de entidades se conforma por multitud y variedad de transacciones económicas, cuentas de

ahorro e inversión, coberturas de seguros y un gran número de modalidades financieras que hacen que su gestión y control se antoje como de elevado nivel profesional y técnico. (Sánchez Galán, 2020)

2.2.5.2. Tipos de entidades financieras en Perú

A. Sistema bancario

El sistema bancario peruano está constituido por el conjunto de instituciones bancarias del país. Lo integran el Banco Central de Reserva, el Banco de la Nación y la banca comercial y de ahorros.

La principal actividad de la banca comercial y ahorros es captar el dinero del público en depósito u otra modalidad. Y emplear ese dinero para conceder créditos en diversas modalidades o en operaciones sujetas a riesgos de mercado.

B. Sistema no bancario

Entre los tipos de entidades financieras en Perú están aquellas que son independientes del sistema bancario. Aunque igualmente captan recursos del público, el uso que le dan al mismo varía según sus propios objetivos. A continuación, se exponen las diferentes instituciones que conforman este tipo, así como sus objetos.

- Cajas municipales de ahorro y crédito. Su finalidad es realizar operaciones de financiamiento, con preferencia a las pequeñas y microempresas.
- Cajas municipales de crédito popular. Su objeto es brindar servicios bancarios a los Consejos Provinciales y Consejos Distritales, así como a sus empresas municipales.
- Cajas rurales. Su meta es otorgar financiamiento preferencial a empresarios de la pequeña y microempresa del sector productivo rural.
- Entidad de desarrollo a la pequeña y microempresa (EDPYME). Su fin es otorgar financiamiento preferencial a los empresarios de la pequeña y microempresa.

- Empresas especializadas. Su objetivo es actuar como agente de transferencia y registros de las operaciones o transacciones del ámbito comercial y financiero. Incluyen las empresas afianzadoras y de garantías, factoring y servicios fiduciarios.
- Empresa de arrendamiento financiero. Su finalidad es la adquisición de bienes muebles e inmuebles para arrendarlos a terceros.
- Empresas financieras. Tienen como objeto la colocación en emisiones de valores, operar con valores mobiliarios y brindar asesoría de carácter financiero.
- Empresas de seguro. Su objetivo es brindar protección contra los riesgos para personas y empresas. (cuentas, 2020)

2.2.5.3. Riesgo financiero

En el sector empresarial toma gran importancia la definición del riesgo financiero, el cual hace referencia a la posibilidad de pérdida o incertidumbre que se tiene sobre el rendimiento de una inversión, imposibilitando que el negocio cubra sus obligaciones financieras en determinado periodo de tiempo y se vuelva inestable: el riesgo financiero es aquel asociado a todo tipo de financiación. (Hipodec, 2020).

2.2.6. Recesión económica en tiempos de COVID 19

A. Recesión económica

Se entiende por recesión una caída significativa de la actividad económica que acontece en el conjunto de la economía y para un número suficiente de meses, y que se resulta visible en términos de producción, empleo, renta real, y otros indicadores. La recesión comienza cuando la economía alcanza su máximo y termina cuando alcanza su mínimo. (elEconomista.es, 2020)

B. Síntomas de una recesión

Aumento del desempleo, ante la incapacidad de generar nuevos empleos porque no hay crecimiento; en el caso de un crecimiento negativo, aumentan los despidos.

Disminución del consumo, ya sea por el aumento de precios (inflación), o por la disminución de la capacidad de consumo (menos dinero, mayores tasas de interés en créditos, etc.)

Aumento en la cartera vencida de los créditos, provocada por la falta de capacidad de pago de los deudores, que a su vez es provocada por la inflación y el aumento en tasas de interés.

Disminución del PIB, ya que disminuye el consumo.

Aumento de inventarios, sobre todo en la industria manufacturera.
(elEconomista.es, 2020)

C. Crisis económica

Situación prolongada de recesión económica, con sus efectos asociados de desempleo, cierre de empresas y descenso del consumo y de la inversión. Existen muchos factores que pueden causar una crisis; por ejemplo, en la década de 1970 la causa fue el súbito encarecimiento del petróleo. No obstante, un factor que suele repetirse es el crédito barato, que fomenta la inversión y provoca la reducción del ahorro. (Expansión, 2020)

2.2.6.1. Historia de la recesión

A. Recesión económica mundial

Tras pronosticar que esta será la peor recesión económica desde la Gran Depresión, el Fondo Monetario Internacional dijo el martes que la economía se desacelerará en 2020 un 3%, lo que representa un cambio drástico respecto a sus previsiones del último informe de Perspectivas de la economía mundial que publicó en enero.

Gita Gopinath, directora del Departamento de Investigación del Fondo, dijo en una nota del blog de la institución que, tras el cierre global en respuesta al coronavirus, "la magnitud y la velocidad del colapso de la actividad económica que ha ocurrido es diferente a todo lo experimentado en nuestras vidas".

Muchos países ahora se enfrentan a múltiples crisis, sobre todo de salud, finanzas, y de desplome de los precios de los productos básicos, que interactúan de manera compleja.

“Los encargados de formular políticas brindan un apoyo sin precedentes a los hogares, las empresas y los mercados financieros y, si bien esto es crucial para una recuperación sólida, existe una considerable incertidumbre acerca de cómo será el panorama económico cuando salgamos de este bloqueo”, aseguró. (Gopinath, 2020)

B. Recesión económica en el Perú

Entre 2014 y 2019, la expansión de la economía se desaceleró a un promedio de 3.1% anual, sobre todo como consecuencia de la corrección en el precio internacional de las materias primas, entre ellas el cobre, principal producto de exportación peruano.

Debido al impacto de la pandemia de COVID-19 se espera que la economía esté en recesión en 2020, lo que provocará un aumento de la pobreza y la desigualdad. La profundidad de estos impactos dependerá de la duración de la crisis y la respuesta del Gobierno. Un menor crecimiento en China y una probable recesión en las economías del G7 provocarán una fuerte disminución de la demanda de commodities, lo que disminuirá los volúmenes de exportación y también la inversión privada. Además, las medidas sin precedentes para frenar la propagación del virus, que incluyeron el cierre temporal de las fronteras y una cuarentena en todo el país, conducirán a una disminución significativa del consumo privado, especialmente en servicios como restaurantes, transporte y comercio.

Esto a su vez conducirá a una abrupta caída de los ingresos de los trabajadores; en particular los independientes e informales. El déficit de gasto privado se compensará solo parcialmente con un aumento del gasto público. (AIF, 2020)

El Fondo Monetario Internacional (FMI) presentó sus proyecciones para las economías del mundo y en el caso del Perú se estima que este año el producto bruto interno (PBI) caería en 4.5%, como consecuencia de la crisis sanitaria producida por el coronavirus (Covid-19).

La tasa proyectada para Perú dista mucho del 3.25% que se esperaba hasta el mes de enero, cuando recién comenzaba a expandirse el Covid-19 en el mundo. (Gestión, 2020)

2.2.6.2. *Ciclo económico*

La economía peruana está basada en la explotación, procesamiento y exportación de recursos naturales, principalmente mineros, agrícolas y pesqueros lo que genera que esta estructura de producción nos haga más vulnerables frente a shock externos, es decir, reducción del precio de metales, crisis internacionales que terminan afectándonos por una menor demanda, la caída del tipo de cambio real que encarece los productos exportados no tradicionales, y pierden competitividad en los mercados internacionales. Para la presente investigación, se analiza el periodo comprendido entre 1960-2015, aproximando la asociación de nuestro ciclo económico ligado al ciclo de EEUU y en la última década al ciclo de China (García Suarez, 2018, pág. 2)

2.2.6.3. *Ciclo económico en el Perú*

Terrones y Calderón (1993), *Ciclo económico en el Perú 1963-1986*. Lima: Grade.

Tomando información de las últimas cinco décadas se ha estudiado el comportamiento del componente cíclico de los principales precios y agregados macroeconómicos (reales y monetarios) de la economía peruana utilizando el método de

kydland y Prescott para la extracción del componente cíclico, encontrando similitud con las economías más desarrolladas: por ejemplo, el consumo privado, la inversión, las importaciones, las remuneraciones reales y la oferta monetaria son procíclicas, mientras el tipo de cambio nominal es contracíclico. Por otro lado, también hay rasgos muy peculiares: los gastos corrientes del gobierno, las exportaciones y algunos agregados monetarios presentan un patrón procíclico débil y el nivel de precios un patrón contracíclico débil.

La estructura del ciclo económico en el Perú experimenta un cambio observándose una mayor volatilidad absoluta de la mayoría de los precios y agregados macroeconómicos derivada del problema de deuda externa que se presenta a finales de los años setenta.

2.2.6.4. Teoría de los Ciclos Exógenos

Se sustenta en el coeficiente de apertura económica: $Coap = (X + M) / PBI$

El coeficiente de apertura indica que el Perú es vulnerable frente al contexto externo y una sensibilidad a los precios de los bienes de capital e insumos el volumen de importaciones en bienes de capital y productos intermedios (García Suarez, 2018, pág. 27)

CAPITULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Delimitación de la investigación

Campo de investigación (según OCDE)

- **Área:** Ciencias Sociales
- **Sub área:** Económica y negocios
- **Disciplina:** Negocios Management
- **Línea:** Pequeña y microempresa

Delimitación geográfica

La investigación se desarrolla en el departamento de Arequipa, en la provincia de Arequipa, distrito de Miraflores, en el centro comercial la negra.

Delimitación temporal

La investigación se realizó de julio del 2020 a enero del 2021, se tomó en cuenta los datos desde el mes de marzo del 2020 hasta diciembre del 2020.

Delimitación Sustantiva

La presente investigación analiza el nivel de resiliencia frente a la recesión económica en tiempos de Covid, en clientes pyme de una agencia bancaria - Arequipa 2020. Ya que esta recesión económica se vive en el mundo y en nuestro país.

El objetivo es establecer si realmente un alto nivel de resiliencia de los clientes pyme les permite afrontar de manera positiva la recesión económica en tiempos de Covid.

3.2. Hipótesis de la Investigación

3.2.1. Hipótesis General

Existe una correlación entre el nivel de resiliencia frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en los clientes Pyme de una agencia bancaria en tiempos de COVID - Arequipa 2020.

3.2.2. Hipótesis Específica

- A. Los clientes pyme de una agencia bancaria tienen un alto nivel de resiliencia.
- B. Existe una variación del nivel de ventas en clientes pyme de una agencia bancaria en tiempos de COVID
- C. Los clientes pyme de la agencia bancaria presentan un alto nivel de continuidad de sus negocios en tiempos de Covid.
- D. Existe correlación del componente de Confianza en sí mismo de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.
- E. Existe correlación del componente de Ecuanimidad de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.
- F. Existe correlación del componente de Perseverancia de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.
- G. Existe correlación del componente de la Satisfacción personal de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.

H. Existe correlación del componente de Sentirse bien solo de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.

3.3. Variables de Estudio

3.3.1. Definición conceptual de la variable

- **Variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.**

Desde que el COVID-19 apareció, el mundo del comercio y empresarial se ha visto afectado de diferentes modos, uno de ellos, es la reducción sustancial de sus ventas e ingresos por la dificultad de no poder atender presencialmente a sus clientes (Amortegui Vanegas, Orrego Uchima, & Borrero Bravo, 2021)

- **Resiliencia Empresarial**

La resiliencia empresarial brinda a la organización la oportunidad de afrontar situaciones adversas, recuperarse y garantizar su continuidad.

3.3.2. Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

Variable 1	Dimensiones	Indicadores
Variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.	Nivel de ventas	Nivel de ventas Pre cuarentena
		Nivel de ventas durante la cuarentena.
	Periodo de reactivación de ventas	Nivel de afectación en pymes por la recesión económica
		Nivel de ventas durante la reactivación económica
		Nivel de ventas proyectadas para el año

	2021
Aumento de gastos	Nivel de incremento de gastos después de la cuarentena
continuidad del negocio	Cambio de giro del negocio Nivel de reacción del negocio frente a la crisis del COVID 19

Variable 2	Dimensiones	Indicador
Resiliencia en empresarios PYME	Confianza en sí mismo	Habilidad para creer en sí mismo
	Ecuanimidad	Habilidad para creer en sus capacidades
		Actitud tranquila y moderada ante la adversidad
	Perseverancia	Persistencia ante la adversidad
		Fuerte deseo de logro
		Autodisciplina
	Satisfacción personal	Comprensión del significado de la vida y como contribuye a esta
Sentirse bien solo	Significado de libertad	
	Significado de importancia	
	Autoestima	

Nota: Tomado del Análisis de estadísticos

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Población

La presente investigación tomará como universo a 150 clientes pyme de una agencia bancaria ubicada en la ciudad de Arequipa en el centro comercial la negra.

3.4.2. Muestra

- El tamaño de la población: Una población es una colección bien definida de objetos o individuos que tienen características similares. Para el presente estudio el tamaño de la población es de; 150 Pymes.
- Margen de error (intervalo de confianza): El margen de error es un dato estadístico que expresa la cantidad de error de muestreo aleatorio en los resultados de una encuesta.
- Nivel de confianza: Son intervalos aleatorios que se usan para acotar un valor con una determinada probabilidad alta. Por ejemplo, un intervalo de confianza de 95% significa que los resultados de una acción probablemente cubrirán las expectativas el 95% de las veces.
- La desviación estándar: Es un índice numérico de la dispersión de un conjunto de datos (o población). Mientras mayor es la desviación estándar, mayor es la dispersión de la población.
- La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

Calculando:

Tabla 1

Datos para el calculo de muestra

N = tamaño de la población	150
Z = nivel de confianza	95%
P = probabilidad de éxito, o proporción esperada	50%
Q = probabilidad de fracaso	50%
D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).	3%

Nota: Tomado del Análisis de estadísticos

$$n = \frac{150 \cdot 0.95^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.03^2 \cdot (150 - 1) + 0.95^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = 94.082 \cong 95$$

Para la presente investigación se tomará como muestra a 95 clientes pyme de una agencia bancaria ubicada en la ciudad de Arequipa en el centro comercial la negrita, esta muestra fue calculada a través de la fórmula de población finita como se muestra en la Tabla 4.

3.5. Enfoque y tipo de Investigación

3.5.1. Enfoque de investigación

La presente investigación corresponde a un trabajo de campo con enfoque tipo cuantitativo. En concordancia con Grajales, (2000), es cuantitativa dado que el método exige la recolección de datos para ser comprobados, a partir de los cuales genera

información numérica y emplea medios matemáticos y estadísticos para medir los resultados de forma concluyente, a través por ejemplo de las pruebas de hipótesis que permiten su expresión en la generalización de los resultados de una muestra para toda la población.

3.5.2. Tipo de investigación

Así mismo, la presente investigación también corresponde a un tipo de estudio descriptivo-correlacional. De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010) es descriptiva correlacional dado que busca identificar las características del fenómeno de investigación y sus dimensiones, describir conductas y comportamientos concretos, así como comprobar la asociación entre las variables de estudio.

El diseño de esta investigación es no experimental, transversal, correlacional, según Hernández, Fernández y Baptista (2010), el cual refiere una investigación no experimental dado que no realiza manipulación deliberada de las variables por el contrario observa el fenómeno tal y como se da en su contexto natural, para después analizarlos; transversal porque se realiza la aplicación de los instrumentos en un momento dado del tiempo y correlacional porque busca establecer el tipo de relación-asociación existente entre las variables.

3.6. Técnicas, Instrumentos y fuentes de recolección de datos

3.6.1. Técnicas de recolección de datos

- Observación.

La observación consistirá en la exploración, descripción y comprensión de factores críticos sobre los empresarios PYME, ya que las empresas en estudio tienen trato directo con la investigadora, esto ayudara a diagnosticar e identificar los problemas y la generación de hipótesis.

- Encuesta.

Esta técnica permitirá recoger información confidencial y facilitará la identificación del problema, verificar la hipótesis, ampliar y sondear.

3.6.2. Instrumentos de recolección de datos

- Encuesta (Encuesta situacional sobre la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio durante la pandemia – en escala de Likert)
- Encuesta (Test de resiliencia - en escala de Likert)

Las encuestas constan de dos secciones; la primera sección identificará la variación del nivel de ingresos y la continuidad del negocio durante la pandemia, la segunda sección analizará el nivel de resiliencia. Ambas secciones contienen preguntas en escala de Likert

I. ENCUESTA SITUACIONAL SOBRE LA VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD DEL NEGOCIO DURANTE LA PANDEMIA

II. FICHA TÉCNICA: Anexo 01

- A) **Nombre:** Escala de Resiliencia
- B) **Autores:** Wagnild, G Young H. (1993)
- C) **Procedencia:** Estados Unidos
- D) **Adaptación peruana:** Novella (2002)
- E) **Administración:** Individual y colectiva
- F) **Duración:** Aproximadamente de 25 a 30 minutos
- G) **Descripción del instrumento:** La escala de Resiliencia fue construida por de Wagnild y Young en 1988, y fue revisada por los mismos autores en 1993. Está compuesta por 25 ítem, los cuales puntúan en una escala tipo Likert de 7 puntos. Los participantes indicaran el grado de conformidad con el ítem, ya que todos los ítems son calificados positivamente,

los más altos puntajes serán indicadores de mayor resiliencia, el rango de puntaje varía entre 25 y 175 puntos.

H) Aplicación: Para Adultos y niños

I) Significación: La escala avalúa las siguientes dimensiones de la resiliencia: Ecuanimidad, Sentirse bien solo, Confianza en sí mismo, Perseverancia y Satisfacción. Asimismo, considera una Escala Total.

J) Nivel de medición: Escala tipo Likert con siete valores categoriales (totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, parcialmente en desacuerdo, indiferente, parcialmente de acuerdo, de acuerdo, totalmente de acuerdo).

K) Validez: La validez concurrente se demuestra por altos índices de correlación de la ER con mediciones bien establecida de constructos vinculados con la resiliencia. Según el criterio Kaiser, se identifican 5 factores.

L) La validez del contenido se da a priori, pues los ítems fueron seleccionados acorde con aquellos que reflejan las definiciones de resiliencia, a cargo de los investigadores, dos psicometristas y dos enfermeras. Los ítems tienen una redacción positiva. La validez concurrente se da al correlacionar altamente con mediciones bien establecidas de constructos vinculados con la resiliencia como: Depresión, con $r=-0.36$, satisfacción de vida, $r=0.59$; moral, $r=0.54$; salud, $r=0.50$; autoestima, $r=0.57$; y percepción al estrés, $r=0.67$. En cuanto a la validez, se utilizó en esta investigación el análisis factorial para valorar la estructura interna del cuestionario, con la técnica de componentes principales y rotación oblimin, que nos mostró 5 factores que no están correlacionados entre sí.

M) Confiabilidad: La prueba piloto tuvo una confiabilidad calculada por el método de la consistencia interna con el coeficiente alfa de Cronbach de 0.89 (Novella,2002). Los estudios citados por Wagnild y Young dieron confiabilidades de 0.85 en una muestra de

cuidadores de enfermos de Alzheimer; 0.86 y 0.85 en dos muestras de estudiantes femeninas graduadas; 0.90 en madres primerizas post parto; y 0.76 en residentes de alojamientos públicos. Además, con el método testretest la confiabilidad fue elevada por los autores en un estudio longitudinal en mujeres embarazadas antes y después del parto, obteniéndose correlaciones de 0.67 a 0.84, las cuales son respetables. El año 2004 se realiza una nueva adaptación de la Escala de Resiliencia por un grupo de profesionales de la facultad de psicología Educativa de la UNMSM realizada en una muestra de 400 estudiantes varones y mujeres entre 13 a 18 años de tercer año de secundaria de la UGEL 03, obteniéndose una confiabilidad calculada por el método de la consistencia interna con el coeficiente alfa de Cronbach de 0.83

3.6.3.Fuentes de recolección de datos

3.6.3.1. Estructura de los Instrumentos

3.6.3.2. Escalas de medición

La escala de Likert: Es un método de medición utilizado por los investigadores con el objetivo de evaluar la opinión y actitudes de las personas.

Las respuestas pueden ser ofrecidas en diferentes niveles de medición, permitiendo escalas de 5, 7 y 9 elementos configurados previamente. Siempre se debe tener un elemento neutral para aquellos usuarios que ni de acuerdo ni en desacuerdo.

(PQuestionPro, 2020)

3.7. Validez y confiabilidad del instrumento

3.7.1.Confiabilidad

ENCUESTA SITUACIONAL SOBRE LA VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD DEL NEGOCIO DURANTE LA PANDEMIA

A continuación, se presenta los resultados de fiabilidad del Alfa del Cronbach del instrumento utilizado, el cual tiene un valor general de; 0.78 Así mismo, está dividido en dos escalas, los cuales se detallan a continuación:

Tabla 2:

Fiabilidad del Alfa de Cronbach

Estadísticas de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.784	10

Nota: Tomado del Análisis de estadísticos

A. Escala de variación del nivel de ventas en tiempos de COVID: Para esta escala se considera las preguntas (p8, p9, p10, p11) enfocadas en obtener información sobre la desaceleración de la economía (variación de ventas y consumo), PBI disminución de la producción (servicios, comercio e industria). Obteniendo así una fiabilidad del 0.9.

Tabla 3:

Fiabilidad del Alfa de Cronbach - Escala de variación de ventas en tiempos de COVID

Estadísticas de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.937	04

Nota: Tomado del Análisis de estadísticos

B. Escala de Continuidad del negocio frente al COVID: Para esta escala considera las preguntas (p15, p16, p17, p18, p19, p20) que evalúan la continuidad y/o cambio de giro del negocio, aumento de gastos, disminución de inversión. Obteniendo así una fiabilidad del 0.6.

Tabla 4:

Fiabilidad del Alfa de Cronbach - Escala de continuidad del negocio frente al COVID

Estadísticas de Fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.581	06

3.7.2. Validez

La validez del instrumento “CUESTIONARIO SITUACIONAL DEL NIVEL DE VARIACIÓN DE VENTAS Y CONTINUIDAD DEL NEGOCIO DURANTE LA PANDEMIA” se logró a través de la aprobación de tres expertos en la materia, los cuales analizaron el índice de Alfa de Cronbach detallado en el punto 3.7.1.

A continuación, se presenta la validación por tres expertos del instrumento en el Anexo 02.

3.8. Plan de recolección y procesamiento de datos

La recolección de datos se realizó a través de la aplicación del cuestionario situacional del nivel de ingresos y continuidad del negocio durante la pandemia, así como del test psicológico de Wagnild, G Young H. (adaptado por: Novella 2002) que sirve para medir la resiliencia.

La encuesta contendrá 20 preguntas abiertas y cerradas en escala de Likert. Así mismo la estructura de este instrumento se detalla en el Anexo 01

Cabe mencionar que el Test psicológico, contiene 25 preguntas en escala de Likert, las cuales se dividen en 05 factores, el cual será baremado en SPSS.

Los cuestionarios serán enviados a través de correos electrónicos y vía mensajes de textos a los clientes pymes a investigar.

CAPITULO IV.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Resultados Descriptivos

En este capítulo se analizan los resultados, arrojados de la aplicación de los cuestionarios.

4.1.1. Encuesta situacional de la variación del nivel ventas y continuidad del negocio durante la pandemia

A continuación, se procede con la descripción de los resultados de las encuestas de la primera sección del instrumento de investigación, detallado en el punto 3.6.2. Anexo 01. La cual contiene 20 preguntas en escala de Likert.

Tabla 2:

Variación del nivel de ventas en tiempos de COVID

VARIACIÓN DE VENTAS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Variación_Negativa_Alta	59	62,1	62,1	62,1
	Variacion_Negativa_Baja	36	37,9	37,9	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

De acuerdo a la tabla 2, se encontró un alto nivel de variación de ventas en tiempos de COVID, cabe mencionar que el 62.1% de los clientes pyme manifiesta una alta variación negativa en el nivel de ventas , mientras que el 37.9% manifiesta haber tenido

decrecimiento en el nivel de ventas.

Tabla 3:

Nivel de continuidad del negocio en tiempos de COVID

CONTINUIDAD DEL NEGOCIO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	33	34,7	34,7	34,7
	Medi a	50	52,6	52,6	87,4
	Alta	12	12,6	12,6	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

De acuerdo con la tabla 3, se encontró que el 34.7% manifiesta tener una baja continuidad de sus negocios, el 52.6% un nivel medio de continuidad y solo el 12.6% presenta un alto nivel de continuidad de su negocio en tiempos de COVID.

Tabla 4:

Edad

Edad	
Válido	95
Perdidos	0
Media	46,07
Mínimo	25
Máximo	69

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

En la tabla 4 se puede observar la distribución de la muestra por edad; donde se tiene como edad mínima 25 años que viene a ser un porcentaje mínimo del 1.1% y la edad máxima 69 años, así también la mayor proporción de empresarios se encuentran entre el rango de edades de 35 y 40 años “Los emprendedores mayores tienen una tasa de éxito sustancialmente superior” (Azoulay, Jones, Kim, & Mieranda, 2018).

Tabla 5:

Distribución por sexo de empresarios Pyme

		Sexo			
		P			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	6	6	68,4	68,4
		5	8,4		
	Femenino	3	3	31,6	100,0
		0	1,6		
Total		9	1	100,0	
		5	00,0		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Como se observa en la tabla 5, tenemos una cifra significativa del 68.42% representado por el sexo masculino del total de la muestra de empresarios Pyme.

La participación femenina en el parque empresarial pymes costarricense es muy baja y está limitada principalmente a las microempresas. Además, se verifican diferencias por género estadísticamente significativas que develan mayores dificultades para las mujeres en aspectos tales como: falta de experiencia en el sector empresarial, menor conocimiento del negocio, falta de recursos para emprender en forma individual y mayor dependencia respecto a los ingresos de la empresa (Brenes Bonilla & Bermúdez Mesén, 2013, pág. 19).

Tabla 6:

Especifique su RUC

Estadísticos		
Especifique su RUC		
N	Válido	95
	Perdidos	0

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

En la tabla 6, se puede observar que el total de la muestra de los empresarios encuestados cuenta con RUC, esto debido a que dicha entidad bancaria solo trabaja con empresas formales. Por lo que podemos inferir que son empresarios con mayor experiencia y por ende mayor resiliencia en comparación a un empresario informal.

Tabla 7:*Cargo dentro de la empresa*

Especifique su cargo				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
GERENTE GENERAL	80	84,	84,2	84,2
		2		
ACCIONISTA TITULAR	12	12,	12,6	96,8
		6		
ACCIONISTA MAYORITARIO	2	2,1	2,1	98,9
ACCIONISTA MINORITARIO	1	1,1	1,1	100,0
Total	95	10	100,0	
		0,0		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Como se observa en la tabla 7, tenemos una cifra significativa del 84.2% representado por los gerentes generales de la muestra de empresarios Pyme, mientras que los accionistas titulares representan el 12.63% de los encuestados

Por lo que se inferir que el test psicológico de resiliencia evaluará en su mayoría a los Gerentes Generales de las Pymes.

Tabla 8:

Escoja el sector económico de su negocio

Escoja el sector económico de su negocio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Comercio	39	41,1	41,1	41,1
			1,1		
	Servicio	56	58,9	58,9	100,0
			8,9		
	Total	95	100,0	100,0	
			00		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Como se muestra en la tabla 8, las Pymes a evaluar se encuentran representadas por el 58.95% pertenecientes al sector económico de servicios y el 41.05% por el sector económico de comercio.

Tabla 9:*Rubro de gasto más relevante para su negocio*

Cuál es el rubro de gasto más relevante para su negocio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	Planilla	13	13	13,7	13,7
o			,7		
	Proveedores	17	17	17,9	31,6
			,9		
	Deudas con entidades	57	60	60,0	91,6
			,0		
	Alquileres	4	4,	4,2	95,8
			2		
	Otros	4	4,	4,2	100,0
			2		
	Total	95	10	100,0	
			0		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

En la tabla 9, se muestra que el 60% de las Pyme encuestadas, manifiestan que el gasto más relevante de su negocio es de Deudas con entidades, siguiendo con el 17% proveedores y el 13.68% Planilla. Esto refleja que los empresarios encuestados fueron beneficiados con los programas económicos.

El Programa de Garantías del Gobierno Nacional “Reactiva Perú”, creado mediante Decreto Legislativo 1455, y modificado mediante Decreto Legislativo 1457, es un programa sin precedentes en nuestro país, que tiene como objetivo dar una respuesta rápida y efectiva a las necesidades de liquidez que enfrentan las empresas ante el impacto

del

COVID-19.

(Finanzas,

2021).

Tabla 10 :*Nivel de ventas Pre cuarentena*

Cuánto vendía mensualmente de enero a febrero					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Menos de 50 mil soles	15	1	15,8	15,8
			5,8		
	Más de 50 mil soles y menos de 100 mil soles	39	4	41,1	56,8
			1,1		
	Más de 100 mil soles y menos de 200 mil soles	24	2	25,3	82,1
			5,3		
	Más de 200 mil soles y menos de 300 mil soles	13	1	13,7	95,8
			3,7		
Más de 300 mil soles	4	4,	4,2	100,0	
			2		
Total	95	1	100,0		
			00		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

En la tabla 10 se muestra que el 41.05% de las Pyme encuestadas, manifiestan que sus ingresos eran más de 50 mil soles y menores a 100 soles antes de la cuarentena, seguido con el 25.26% que manifiestan que sus ingresos eran más de 100 mil soles y menores a 200 soles antes de la cuarentena.

Tabla 11:*Nivel de ventas durante la cuarentena*

		Cuánto vendía mensualmente de marzo a junio			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Menos de 50 mil soles	49	51,6	51,6	51,6
	Más de 50 mil soles y menos de 100 mil soles	24	25,3	25,3	76,8
	Más de 100 mil soles y menos de 200 mil soles	14	14,7	14,7	91,6
	Más de 200 mil soles y menos de 300 mil soles	4	4,2	4,2	95,8
	Más de 300 mil soles	4	4,2	4,2	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

La tabla 11, muestra que el 51.58 % de las Pyme encuestadas, manifiestan que sus ingresos eran menos de 50 mil soles durante la cuarentena, seguido con el 25.26% que manifiestan que sus ingresos eran más de 50 mil soles y menores a 100 mil soles, por lo que se puede inferir la disminución significativa de ingresos durante la cuarentena.

Actualmente, la propagación del Covid-19, ha llevado al gobierno peruano a implementar una serie de medidas orientadas a disminuir el número de contagios e

incrementar la capacidad de atención del sistema de salud. Medidas como la cuarentena, toque de queda, medidas de bioseguridad, teletrabajo, entre otras, han afectado negativamente al sector empresarial y consecuentemente la economía nacional; muchas empresas han paralizado su actividad y otras han reducido considerablemente sus ingresos. (Salinas Cordero, 2020)

Tabla 12:

Nivel de ventas durante la reactivación económica

Cuánto vendía mensualmente de julio en adelante					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 50 mil soles	25	26,3	26,3	
			6,3		
	Más de 50 mil soles y menos de 100 mil soles	31	32,6	58,9	
			2,6		
	Más de 100 mil soles y menos de 200 mil soles	22	23,2	82,1	
			3,2		
	Más de 200 mil soles y menos de 300 mil soles	12	12,6	94,7	
		2,6			
Más de 300 mil soles	5	5,3	100,0		
		3			
Total		95	100,0		
			00		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

La figura 12, muestra que el 32.63% de los empresarios Pyme lograron incrementar sus ingresos con más de 50 mil soles y menores a 100 soles, así también se puede observar que el 26.32% aún continuaba con un nivel de ingresos menores a 50 mil soles, mientras

que el 23.16% pudo recuperar un nivel de más de 10 mil soles y menos de 200 mil soles dentro del periodo de reactivación económica.

Tabla 13:

Nivel de ventas proyectadas para el año 2021

Cuánto espera vender mensualmente en los meses de enero y febrero del 2021(Según sus expectativas)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menos de 50 mil soles	13	13,7	13,7	13,7
			3,7		
	Más de 50 mil soles y menos de 100 mil soles	31	32,6	46,3	46,3
			2,6		
	Más de 100 mil soles y menos de 200 mil soles	32	33,7	80,0	80,0
			3,7		
Más de 200 mil soles y menos de 300 mil soles	10	10,5	90,5	90,5	
			0,5		
Más de 300 mil soles	9	9,5	100,0	100,0	
			5		
Total		95	100,0	100,0	100,0
			00		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

La tabla 13, muestra que el 33.68% de los empresarios Pyme se muestran positivos frente a la recesión ya que esperan obtener ingresos mayores al 100 mil soles y menores a 200 mil soles, mientras que un 32.63% se muestra más incierto con sus cifras proyectadas con más de 50 mil soles y menos de 100 mil soles.

Tabla 14:*Periodo de reactivación de ventas*

		En qué periodo de mes, su negocio reactivo sus ventas			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	No se reactivo	5	5,3	5,3	5,3
	Julio - agosto	46	48,4	53,7	53,7
	Septiembre - octubre	19	20,0	73,7	73,7
	Noviembre - diciembre	13	13,7	87,4	87,4
	Nunca detuvo sus ventas	12	12,6	100,0	100,0
	Total	95	100,0	100,0	100,0

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

En la figura 14, se puede observar que el 48.42% manifiesta que el periodo de reactivación de sus ventas fue dentro de los meses julio y agosto, mientras que el 20% manifiesta que sus ingresos se reactivaron el periodo de septiembre y octubre.

Cabe mencionar que el 12.63% manifiesta que nunca detuvo sus ventas y el 5.26% indica que no reactivó sus ventas.

Tabla 15:*Nivel de afectación en pymes por la recesión económica*

Mi negocio se vio afectado por la recesión económica (Covid 19)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Totalmente de acuerdo	59	6	62,1	62,1
			2,1		
	De acuerdo	24	2	25,3	87,4
			5,3		
	En desacuerdo	8	8,	8,4	95,8
			4		
	Indiferente	4	4,	4,2	100,0
			2		
	Total	95	1	100,0	
			00		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Como se puede observar en la Figura 15, el 87.37% manifiesta que su negocio se vio afectado por la recesión económica, mientras que un 8.42% indica estar en desacuerdo y el 4.21% se muestra indiferente.

Tabla 16:*Cambio de giro del negocio*

		Mi negocio ha cambiado de giro durante la cuarentena			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	Totalmente en desacuerdo	41	4	43,2	43,2
			3,2		
	En desacuerdo	39	4	41,1	84,2
			1,1		
	De acuerdo	7	7,	7,4	91,6
			4		
	Indiferente	4	4,	4,2	95,8
		2			
	Totalmente de acuerdo	4	4,	4,2	100,0
			2		
	Total	95	1	100,0	
			00		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Como se puede observar el 43.16% de los encuestados manifiestan estar totalmente en desacuerdo en cuanto al cambio de giro de su negocio durante la cuarentena, el 41.05% manifiesta estar en desacuerdo. Esto también se debe a que los clientes de la entidad en estudio, cuentan con empresas sólidas y con años de experiencia.

Tabla 17:*Necesidad de cambio de giro durante la cuarentena*

		Mi negocio NO ha tenido la necesidad de cambiar de giro durante la cuarentena			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	46	4	48,4	48,4
			8,4		
	En desacuerdo	21	2	22,1	70,5
			2,1		
	Totalmente de acuerdo	14	1	14,7	85,3
			4,7		
	Totalmente en desacuerdo	8	8,	8,4	93,7
			4		
	Indiferente	6	6,	6,3	100,0
			3		
	Total	95	1	100,0	
			00		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

La tabla 17, muestra que el 48.42% y 14.74% de los encuestados manifiestan que su negocio no tuvo la necesidad de cambiar de giro, mientras que el 22.11% manifiesta que su negocio si tubo la necesidad de cambiar de giro.

Tabla 18:*Nivel de reacción del negocio esperado frente a la crisis del COVID 19*

Considero que mi negocio está preparado para enfrentar la crisis por el COVID 19					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	63	66,3	66,3	66,3
			6,3		
	En desacuerdo	26	27,4	27,4	93,7
			7,4		
	Totalmente de acuerdo	3	3,2	3,2	96,8
			2		
	Totalmente en desacuerdo	2	2,1	2,1	98,9
		1			
	Indiferente	1	1,1	1,1	100,0
			1		
	Total	95	100,0	100,0	
			00		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

El 66.32% de los encuestados manifiestan que su negocio se encuentra preparado para afrontar la crisis económica por el COVID 19, mientras que el 27.37% manifiesta que su negocio no se encuentra preparado.

Tabla 19:*Nivel de reacción del negocio frente a la crisis del COVID 19*

Mi negocio está enfrentando de manera positiva la crisis por el COVID 19					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	De acuerdo	69	72,6	72,6	72,6
			2,6		
	En desacuerdo	21	22,1	22,1	94,7
			2,1		
	Totalmente de acuerdo	3	3,2	3,2	97,9
			2		
	Indiferente	2	2,1	2,1	100,0
			1		
	Total	95	100,0	100,0	
			00		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

En la tabla 19, se muestra que el 66.32% de los encuestados manifestaron que su negocio se encuentra preparado para afrontar la crisis económica por el COVID 19, esto se ratifica en la figure 15, ya que el 72.63% se encuentra de acuerdo en cuanto al nivel de reacción del negocio frente a la crisis del COVID 19.

Tabla 20:*Nivel de recuperación de ventas proyectadas*

Espero recuperar el nivel de ventas que tenía antes de la cuarentena por el COVID					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid o	De acuerdo	82	86,3	86,3	
			6,3		
	Totalmente de acuerdo	9	9,5	95,8	
			5		
	En desacuerdo	2	2,1	97,9	
			1		
	Indiferente	2	2,1	100,0	
			1		
	Total	95	100,0		
			00		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

La tabla 20, nos muestra un panorama alentador de los empresarios pymes, ya que el 86.32% y el 9.47% manifiesta estar de acuerdo con la recuperación de ventas en el próximo periodo 2021.

Tabla 21:*Nivel de incremento de gastos después de la cuarentena*

Los gastos de mi negocio han aumentado después del estado de emergencia nacional					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	28	29,5	29,5	
			9,5		
	Totalmente de acuerdo	24	25,3	54,7	
			5,3		
	De acuerdo	22	23,2	77,9	
			3,2		
	Totalmente en desacuerdo	14	14,7	92,6	
			4,7		
	Indiferente	7	7,4	100,0	
			4		
	Total	95	100,0		
			00		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Como se muestra en la tabla 21, el 29.47% de los encuestados manifiestan que no hubo un incremento de gastos después del estado de emergencia, mientras que un total 25.26% y 23.16% manifiesta que si se registró un aumento de gastos.

Tabla 22:*Nivel de ventas bajo el efecto de la pandemia*

El nivel de ventas de mi negocio aumento debido a la pandemia					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	50	5	52,6	52,6
			2,6		
	Totalmente en desacuerdo	35	3	36,8	89,5
			6,8		
	Indiferente	6	6,	6,3	95,8
			3		
	De acuerdo	2	2,	2,1	97,9
			1		
Totalmente de acuerdo	2	2,	2,1	100,0	
			1		
Total		95	1	100,0	
			00		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

La tabla 22, muestra que el 52.63% y el 36.84% de los encuestados manifiestan que si hubo un descenso de sus ingresos durante estado de emergencia.

4.1.2. Resultados del Test Escala de Resiliencia

A continuación, se procede con la descripción de los resultados de las encuestas de la segunda sección del instrumento de investigación, detallado en el punto 3.6.2. Anexo 01. La cual contiene 20 preguntas en escala de Likert.

Cabe mencionar que esta sección comprende un Test, el cual guarda relación de factores entre los ítems de las preguntas, el cual será analizado a través de Baremo en SPSS.

Tabla 23:

Nivel de Resiliencia

Nivel de Resiliencia					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	37	38,9	38,9	38,9
	Medio	30	31,6	31,6	70,5
	Alto	28	29,5	29,5	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

como se muestra en la tabla 23, el 38.9% de clientes pyme de una agencia bancaria presenta una resiliencia baja, el 31.6% cuenta con resiliencia media y solo el 29.5% cuenta con un nivel de resiliencia alta caracterizado por: Satisfacción personal, ecuanimidad, sentirse bien solo, confianza en sí mismo y perseverancia.

Tabla 24:*Nivel del factor Confianza en sí mismo (CESM) en empresarios pyme*

		CESM_			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	25	26,3	26,3	
			6,3		
	Nivel medio	32	33,7	60,0	
			3,7		
	Nivel alto	38	40,0	100,0	
			0,0		
	Total	95	100,0		
			00		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

En la tabla 24, se observa un porcentaje significativo representado por el 40 % de los empresarios Pymes tienen un nivel alto en la dimensión: Confianza en sí mismo, lo que indica que tienen la habilidad para creer en sí mismo y en sus capacidades, mientras que el 33.7 % tiene un nivel medio y el 26.3 % tiene un nivel bajo en dicha dimensión.

Tabla 25:*Nivel del factor Ecuanimidad (E) en empresarios pyme*

		E_			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	28	2	29,5	29,5
			9,5		
	Nivel medio	42	4	44,2	73,7
			4,2		
	Nivel alto	25	2	26,3	100,0
			6,3		
	Total	95	1	100,0	
			00		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

En la tabla 25, se observa que el 26.3 % de los empresarios Pymes tienen un nivel de ecuanimidad alto, lo que manifiesta que tiene una perspectiva balanceada de la propia vida y de sus experiencias, además de tomar las cosas tranquilamente y manejando sus actitudes ante la adversidad, mientras que el 44.2 % tiene un nivel medio y el 29.5% tiene un nivel de ecuanimidad bajo.

Tabla 26:*Nivel del factor Perseverancia (P) en empresarios pyme*

		P_			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	21	2	22,1	22,1
			2,1		
	Nivel medio	35	3	36,8	58,9
			6,8		
	alto	39	41,1	41,1	100,0
	Total	95	1	100,0	
			00		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

En la tabla 26, se observa un porcentaje significativo representado por el 41.1 % de los empresarios Pymes tienen un nivel alto en la dimensión: Perseverancia, lo que indica que tienen una alta persistencia ante la adversidad o el desaliento, además de poseer un fuerte deseo de logro y autodisciplina, mientras que el 36.8 % tiene un nivel medio y el 22.1 % tiene un nivel bajo en dicha dimensión.

Tabla 27:*Nivel del factor Satisfacción personal (SP) en empresarios pyme*

		SP_			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	31	32,6	32,6	
			2,6		
	Nivel medio	36	37,9	70,5	
			7,9		
	Nivel alto	28	29,5	100,0	
			9,5		
	Total	95	100,0		
			00		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

En la tabla 27, se observa que solo el 29.5% de los empresarios Pymes tienen un nivel de satisfacción personal alto, lo que manifiesta que comprenden el significado de la vida y como contribuyen a esta, mientras que el 37.9 % tiene una satisfacción personal medio y el 32.6% se encuentra en nivel bajo.

Tabla 28:

Nivel del factor Sentirse bien solo (SBS) en empresarios pyme

		SBS_			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nivel bajo	23	2	24,2	24,2
			4,2		
	Nivel medio	33	3	34,7	58,9
			4,7		
	Nivel alto	39	4	41,1	100,0
			1,1		
	Total	95	1	100,0	
			00		

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

En la tabla 28, se observa un porcentaje significativo representado por el 41.1 % de los empresarios Pymes tienen un nivel alto en la dimensión: Sentirse bien solo, lo que indica que tienen una perspectiva de libertad que son únicos e importantes, mientras que el 34.7 % tiene un nivel medio y el 24.2 % tiene un nivel bajo en dicha dimensión.

4.2. Resultados Inferenciales

Tabla 29:

Correlación entre la resiliencia frente a la variación del nivel de ingresos y continuidad del negocio en tiempos de COVID

Correlaciones			
		VARIABLE	
		NIVEL DE	VARIABLE
		VENTAS Y CONTINUIDAD	RESILIENCIA
VARIABLE NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	Correlación de Pearson	1	,070
	Sig. (bilateral)		,502
	N	95	95
VARIABLE RESILIENCIA	Correlación de Pearson	,070	1
	Sig. (bilateral)	,502	
	N	95	95

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

La correlación entre La Resiliencia y el Nivel de Variación de Ventas y Continuidad del negocio en clientes Pymes es Muy Débil con un valor de 0.070 y una significancia de 0.502. Siendo la correlación de Pearson positiva muy débil.

Tabla 30:

Correlación del componente de Confianza en sí mismo de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid

		Correlaciones	
		CESM_	VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD
CESM_	Correlación de Pearson	1	-,032
	Sig. (bilateral)		,761
	N	95	95
VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	Correlación de Pearson	-,032	1
	Sig. (bilateral)	,761	
	N	95	95

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Con un valor de significancia igual a 0.761 podemos señalar que no existe correlación del componente de Confianza en sí mismo de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid. Siendo la correlación de Pearson negativa muy débil.

Tabla 31:

Correlación del componente de Ecuanimidad de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid

		Correlaciones	
		VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	E_
VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	Correlación de Pearson	1	,113
	Sig. (bilateral)		,275
	N	95	95
ECUANIMIDAD	Correlación de Pearson	,113	1
	Sig. (bilateral)	,275	
	N	95	95

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Con un valor de significancia igual a 0.275 podemos señalar que no existe un alto nivel de correlación del componente de Ecuanimidad de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid. Siendo la correlación de Pearson positiva débil.

Tabla 32:

Correlación del componente de Perseverancia de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid

Correlaciones		VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	
		D	P_
VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	Correlación de Pearson	1	,036
	Sig. (bilateral)		,726
	N	95	95
P_	Correlación de Pearson	,036	1
	Sig. (bilateral)	,726	
	N	95	95

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Con un valor de significancia igual a 0.726 podemos señalar que no existe un alto nivel de correlación del componente de Perseverancia de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid. Siendo la correlación de Pearson positiva muy débil.

Tabla 33:

Correlación del componente de Satisfacción Personal de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid

		Correlaciones	
		VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	SP_ D
VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	Correlación de Pearson	1	,093
	Sig. (bilateral)		,372
	N	95	95
SP_ D	Correlación de Pearson	,093	1
	Sig. (bilateral)	,372	
	N	95	95

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Con un valor de significancia igual a 0.372 podemos señalar que no existe un alto nivel de correlación del componente de la Satisfacción personal de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid. Siendo la correlación de Pearson positiva muy débil.

Tabla 34:

Correlación del componente de Sentirse Bien Solo de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid

		Correlaciones	
		VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDA D	SBS_ SBS_
VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	Correlación de Pearson	1	-,029
	Sig. (bilateral)		,780
	N	95	95
SBS_ SBS_	Correlación de Pearson	-,029	1
	Sig. (bilateral)	,780	
	N	95	95

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Con un valor de significancia igual a 0.780 podemos señalar que no existe un alto nivel de correlación del componente de Sentirse bien solo de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.

Siendo la correlación de Pearson negativa débil considerable.

4.3. Contraste de las Hipótesis

4.3.1. Hipótesis General

Ho: No existe una correlación entre el nivel de resiliencia frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en los clientes Pyme de una agencia bancaria en tiempos de COVID - Arequipa 2020.

H1: Existe una correlación entre el nivel de resiliencia frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en los clientes Pyme de una agencia bancaria en tiempos de COVID - Arequipa 2020.

Tabla 35:

Nivel de resiliencia frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio

NIVEL DE RESILIENCIA FRENTE A LA VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD DEL NEGOCIO			
		VARIABLE	
		NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	VARIABLE RESILIENCIA
VARIABLE NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	Correlación de Pearson	1	,070
	Sig. (bilateral)		,502
	N	95	95
VARIABLE RESILIENCIA	Correlación de Pearson	,070	1
	Sig. (bilateral)	,502	
	N	95	95

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Con un valor de significancia igual a 0.502 se acepta la hipótesis Nula (Ho), la cual manifiesta que: No existe una correlación entre el nivel de resiliencia frente a la variación

de ventas y continuidad del negocio en los clientes Pyme de una agencia bancaria en tiempos de COVID - Arequipa 2020 .Así mismo la correlación de Pearson nos da como resultado 0.070 lo cual excede el 5% como máximo de error. Lo cual indica que existe una correlación positiva muy débil.

4.3.2.Hipótesis Específica

A. Ho: No existe un alto nivel de resiliencia en clientes pyme de una agencia bancaria.

H1: Existe un alto nivel de resiliencia en clientes pyme de una agencia bancaria.

Tabla 36:

Nivel de Resiliencia

		Nivel de Resiliencia			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	37	38,9	38,9	38,9
	Medio	30	31,6	31,6	70,5
	Alto	28	29,5	29,5	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Se acepta la hipótesis nula (Ho), ya que no existe un alto nivel de resiliencia de clientes pyme, como se muestra en la tabla 41, el 38.9% de los clientes pyme de una agencia bancaria cuenta con resiliencia baja, el 31.6% cuenta con resiliencia media, y solo el 29.5% cuenta con un nivel de resiliencia alta.

B. Ho: No existe una variación del nivel de ventas en clientes pyme de una agencia bancaria.

H1: Existe una variación del nivel de ventas en clientes pyme de una agencia bancaria en tiempos de COVID.

Tabla 37:

Variación de Ventas en tiempos de COVID

VARIACIÓN DE VENTAS				
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
			válido	acumulado
Válido	Variación_Negativa_Alta	59	62,1	62,1
	Variacion_Negativa_Baja	36	37,9	100,0
	Total	95	100,0	100,0

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Se acepta la hipótesis de investigación (H1), ya que existe un alto nivel de variación de ventas en tiempos de COVID, cabe mencionar que el 62.1% de los clientes pyme manifiesta una alta variación negativa en el nivel de ventas en tiempos de COVID, mientras que el 37.9% manifiesta haber tenido una baja variación negativa entre el nivel de ventas.

C. Ho: Los clientes pyme de la agencia bancaria no presentan un alto nivel de continuidad de sus negocios en tiempos de Covid.

H1: Los clientes pyme de la agencia bancaria presentan un alto nivel de continuidad de sus negocios en tiempos de Covid.

Tabla 38:

Nivel de continuidad del negocio en tiempos de COVID

		CONTINUIDAD DEL NEGOCIO			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	33	34,7	34,7	34,7
	Medi a	50	52,6	52,6	87,4
	Alta	12	12,6	12,6	100,0
	Total	95	100,0	100,0	

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Se acepta la hipótesis nula (Ho), ya que se encontró que el 34.7% manifiesta tener una baja continuidad en sus negocios, el 52.6% un nivel medio de continuidad y solo el 12.6% presenta un alto nivel de continuidad de su negocio en tiempos de COVID.

D. Ho: No existe correlación del componente de Confianza en sí mismo de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.

H1: Existe correlación del componente de Confianza en sí mismo de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.

Tabla 39:

Correlación del componente de Confianza en sí mismo de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid

		Correlaciones	
		CESM_	VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD
CESM_	Correlación de Pearson	1	-,032
	Sig. (bilateral)		,761
	N	95	95
VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	Correlación de Pearson	-,032	1
	Sig. (bilateral)	,761	
	N	95	95

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Con un valor de significancia igual a 0.761 se acepta la hipótesis Nula (Ho), la cual manifiesta que, no existe correlación del componente de Confianza en sí mismo de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid. Siendo la correlación negativa muy débil.

E. Ho: No existe un alto nivel de correlación del componente de Ecuanimidad de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.

H1: Existe un alto nivel de correlación del componente de Ecuanimidad de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.

Tabla 40:

Correlación del componente de Ecuanimidad de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid

		Correlaciones	
		VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	E_
VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	Correlación de Pearson	1	,113
	Sig. (bilateral)		,275
	N	95	95
ECUANIMIDAD	Correlación de Pearson	,113	1
	Sig. (bilateral)	,275	
	N	95	95

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Con un valor de significancia igual a 0.275 se acepta la hipótesis Nula (Ho), la cual manifiesta que, no existe un alto nivel de correlación del componente de Ecuanimidad de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid. Siendo la correlación de Pearson positiva débil.

F. Ho: No existe un alto nivel de correlación del componente de Perseverancia de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.

Ho: Existe un alto nivel de correlación del componente de Perseverancia de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.

Tabla 5:

Correlación del componente de Perseverancia de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid

Correlaciones		VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDA	
		D	P_
VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	Correlación de Pearson	1	,036
	Sig. (bilateral)		,726
	N	95	95
P_	Correlación de Pearson	,036	1
	Sig. (bilateral)	,726	
	N	95	95

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Con un valor de significancia igual a 0.726 se acepta la hipótesis Nula (Ho), la cual manifiesta que, no existe un alto nivel de correlación del componente de Perseverancia de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid. Siendo la correlación de Pearson positiva débil considerable.

G. Ho: No existe un alto nivel de correlación del componente de la Satisfacción personal de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.

H1: Existe un alto nivel de correlación del componente de la Satisfacción personal de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.

Tabla 42:

Correlación del componente de Satisfacción Personal de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid

Correlaciones			
		VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	SP_ D
VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	Correlación de Pearson	1	,093
	Sig. (bilateral)		,372
	N	95	95
SP_ D	Correlación de Pearson	,093	1
	Sig. (bilateral)	,372	
	N	95	95

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Con un valor de significancia igual a 0.372 se acepta la hipótesis Nula (Ho), la cual manifiesta que, no existe un alto nivel de correlación del componente de la Satisfacción personal de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid. Siendo la correlación de Pearson positiva muy débil.

H. Ho: No existe un alto nivel de correlación del componente de Sentirse bien solo de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.

H1: Existe un alto nivel de correlación del componente de Sentirse bien solo de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid.

Tabla 43:

Correlación del componente de Sentirse Bien Solo de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid

		Correlaciones	
		VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD D	SBS_ CONTINUIDAD
VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD	Correlación de Pearson	1	-,029
	Sig. (bilateral)		,780
	N	95	95
SBS_ CONTINUIDAD	Correlación de Pearson	-,029	1
	Sig. (bilateral)	,780	
	N	95	95

Nota: Tomado del Análisis estadístico de la investigación

Con un valor de significancia igual a 0.780 se acepta la hipótesis Nula (Ho), la cual manifiesta que, no existe un alto nivel de correlación del componente de Sentirse bien solo de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid. Siendo la correlación de Pearson negativa débil considerable.

CAPITULO V.

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

5.1. Discusión de los resultados

En esta investigación al analizar la relación entre la resiliencia frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en los clientes pyme de una agencia bancaria, se pudo encontrar que la correlación de Pearson tiene un valor de 0.070. Esto quiere decir que la resiliencia no tiende a relacionarse con el nivel de ventas y la continuidad del negocio. frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis de la investigación (H1) y se acepta la hipótesis nula (HO), la cual manifiesta que no existe una correlación entre el nivel de resiliencia frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en los clientes pyme de una agencia bancaria en tiempos de covid - Arequipa 2020. Estos resultados son corroborados por Deb, Furceri, D. ostry, y Tawk, (2020) quienes en su investigación señalan que las medidas que se emplean para tratar de controlar el nuevo coronavirus hacen efectos en la economía, observando los indicadores económicos de política fiscal y monetaria tanto en la producción reflejada en el índice porcentual del PBI como a los diversos índices económicos generados por el efecto de la no movilidad de las personas y el resultado del manejo respecto al trabajo no presencial y los diversos impactos que conllevan la inamovilidad. Además Kraus et al., (2020) indica que, las pymes han reducido su ritmo de actividad y han sacrificado aspectos como la

liquidez para procurar el mantenimiento de operaciones, la relación con proveedores-clientes y la seguridad de clientes-empleados, con el objetivo de lograr su supervivencia a largo plazo (garcia contreras, valle cruz, & canales garcia, 2021). En tal sentido, bajo lo referido y al analizar los resultados confirmamos que las principales variables que afectan variación de ventas y continuidad del negocio en los clientes Pyme son las medidas tomadas por nuestro gobierno para frenar el COVID- 19 siendo estas acciones, necesarias, las que provocaron incertidumbre en términos económicos (crisis o recesión) en todos los sectores de la economía y en gran parte de los países, debido al cese de las actividades económicas y de comercio.

En la investigación además se buscó conocer la resiliencia de clientes pyme de una agencia bancaria y se encontró que el 38.9% de clientes pyme de una agencia bancaria presenta una resiliencia baja, el 31.6% cuenta con resiliencia media y solo el 29.5% cuenta con un nivel de resiliencia alta. Esto nos lleva a aceptar la hipótesis nula (H_0), ya que casi el 70.5% no tiene un alto nivel de resiliencia. Estos resultados son confirmados por Garcia Contreras, Valle Cruz, & Canales Garcia, (2021) indican que las empresas han tratado de establecer procesos de adaptación en su gestión y operación ante el entorno; no obstante, existe cierto nivel de asimetría en cuanto a la capacidad de adaptarse, sobre todo, para las empresas de menor tamaño, como es el caso de las pymes, las cuales resienten de manera más severa el impacto de las crisis debido a sus debilidades de gestión, fricciones legales, falta de apoyo gubernamental, informalidad, incapacidad financiera y tecnológica, competencia y dependencia de otras empresas. En tal sentido se puede inferir que las Pymes en su mayoría presentan un bajo nivel de resiliencia lo cual Algunas de ellas podrían resistir, mantenerse e incluso crecer, mientras que otras se debilitan y quiebran.

También al determinar la variación del nivel de ventas en clientes pyme de una agencia bancaria en tiempos de COVID. Se encontró un alto nivel de variación de ventas en tiempos de COVID, cabe mencionar que el 62.1% de los clientes pyme manifiesta una alta variación negativa en el nivel de ventas , mientras que el 37.9% manifiesta haber tenido decrecimiento en el nivel de ventas. Esto quiere decir que acepta la hipótesis de la investigación (H1), ya que existe un alto nivel de variación de ventas en tiempos de COVID. Esto es explicado por (Figuro, 2021) indica que las exportaciones en el Perú cayeron en 40.3% y las importaciones en 31.3% el gasto de consumo de familias cayó en 22.1%, el gasto de consumo final de gobierno se contrajo en 3.2% como también la inversión bruta fija en 57.7%, las actividades extractivas en 20.9% de transformación en 44.5% y de servicios en 28.3% todos estos indicadores en porcentajes negativos. Por tanto, podemos inferir que las pymes vieron afectados sus niveles de ventas en su mayoría. Además, al Conocer la continuidad del negocio en los clientes Pyme de una agencia bancaria en tiempos de COVID. Se encontró que el 34.7% manifiesta tener una baja continuidad en sus negocios, el 52.6% un nivel medio de continuidad del negocio y solo el 12.6% presenta un alto nivel de continuidad de su negocio en tiempos de COVID. Esto quiere decir que acepta la hipótesis nula (Ho), ya que no existe una alta continuidad de los negocios en tiempos de COVID. Esto es explicado por Reyes (2020 como se citó en Torres Pérez, Montejo Ek, & Quijano Gutiérrez, 2020).) indica que las microempresas deben de reestructurar sus modelos de negocio y cambiar las ideas de emprendimiento para que sobrevivan a esta crisis. Además, es importante analizar que los emprendedores, como las microempresas se tienen que ir adaptando, para que se pueda adecuar a un mercado, ya que en algunos casos se tendrá que ajustar a la estructura de modelo de negocio. Los efectos del COVID-19 también se están dejando sentir entre aquellas que gozan de una

situación de solvencia y buena capitalización. Touza (2020) como se citó en (Torres Pérez, Montejo Ek, & Quijano Gutiérrez, 2020). Por tanto, podemos inferir que las pymes se encuentran en periodo de cambio de reinvento de adaptación a una nueva realidad todo esto con la finalidad continuar. Sin embargo, frente a la pandemia, de manera paralela, los negocios se han visto en la necesidad de reinventarse para así permanecer en sus industrias. En el caso de los emprendedores, los efectos han sido similares: muchos startups han sido gravemente impactadas, mientras que otras han subsistido en los últimos meses, trabajando en espera de que el clima de negocios, las inversiones y la demanda empiecen a retomar los niveles previos a la pandemia.

En cuanto a las dimensiones de la investigación se buscó determinar la correlación de la confianza en sí mismo frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria y se encontró que el 40 % de los empresarios Pymes tienen un nivel alto en la dimensión Confianza en sí mismo, lo que indica que tienen la habilidad para creer en sí mismo y en sus capacidades, mientras que el 33.7 % tiene un nivel medio y el 26.3 % tiene un nivel bajo en dicha dimensión, sin embargo al analizar la correlación se encontró un valor de significancia de 0.761 aceptándose la hipótesis Nula (H_0), la cual manifiesta que, no existe correlación del componente de Confianza en sí mismo de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid. Estos resultados son confirmados por Gómez Ortiz (2006), quien indica que siempre se requiere un mínimo de capacidad intelectual y personal. La honestidad es imprescindible. Como se puede observar, los atributos que Kotter menciona son: capacidad de motivación, habilidad para comunicarse, seguridad en sí mismo, comprensión del contexto, capacidad intelectual y personal. Las anteriores son las características mínimas que un empresario de las Pymes

debe poseer, pues no se desea que ninguno sea Superman, pero sí existen muchos empresarios que con limitaciones profesionales que les impiden elaborar visiones y estrategias y lograr la colaboración y motivación de los trabajadores. Por ello podemos inferir que muchos microempresarios se ven limitados en estudios, capacitaciones y otros que les permitan desarrollar visiones, estrategias que le permitan tener mayor confianza en sí mismos.

Al mismo tiempo se buscó comprender la relación de la ecuanimidad frente a la variación del nivel ventas de y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria y se encontró que el 26.3 % de los empresarios Pymes tienen un nivel de ecuanimidad alto, mientras que el 44.2 % tiene un nivel medio y el 29.5% tiene un nivel de ecuanimidad bajo. La correlación tuvo un valor de significancia de 0.275 por lo que se acepta la hipótesis Nula (H_0), la cual manifiesta que, no existe un alto nivel de correlación del componente de Ecuanimidad de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid. Por ello podemos inferir que pocos microempresarios tienen una perspectiva balanceada de la propia vida y de sus experiencias, además de tomar las cosas tranquilamente y manejando sus actitudes ante la adversidad.

Igualmente al estudiar la correlación del componente de la Perseverancia frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria se halló que el 41.1 % de los empresarios Pymes tienen un nivel alto de perseverancia, mientras que el 36.8 % tiene un nivel medio y el 22.1 % tiene un nivel bajo de perseverancia, asimismo se halló una significancia de 0.726 aceptando la hipótesis Nula (H_0), la cual indica que, no existe un alto nivel de correlación del componente de Perseverancia de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y

continuidad del negocio en tiempos de COVID. Esto tiene concordancia con el estudio de Vásquez, 2008 quien cita a Romero et al., 2016, p. 367 y define a la capacidad emprendedora como: “la capacidad de actuar con iniciativa y perseverancia de modo de poder modificar la realidad siendo un agente de cambio, junto a los que lo rodean, aportando soluciones innovadoras a organizaciones productivas y sociales desde su profesión” (Reina Valles, Carrera Cuesta, & Moreira Reina, 2021). Podemos inferir que para ser empresario Pyme se debe contar con capacidad emprendedora lo cual es actuar con perseverancia y de acuerdo a esta investigación el 77.9% de la muestra posee esta capacidad ya sea en un nivel alto o medio.

Además, se estudió la correlación del componente de la Satisfacción personal frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria. Evidenciándose que 29.5% de los empresarios Pymes tienen un nivel de satisfacción personal alto, mientras que el 37.9 % tiene una satisfacción personal medio y el 32.6% se encuentra en nivel bajo. Con un valor de significancia igual a 0.372 se aceptó la hipótesis Nula (H_0), la cual manifiesta que, no existe un alto nivel de correlación del componente de la Satisfacción personal de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid. Podemos inferir que el 67.4% de los empresarios Pyme en estudio entienden el significado de la vida y como contribuyen a esta en un nivel medio o alto.

También se estudió la correlación del componente de Sentirse bien solo frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria. Se observó que el 41.1 % de los empresarios Pymes tienen un nivel alto en la dimensión Sentirse bien solo, mientras que el 34.7 % tiene un nivel medio y el 24.2 % tiene un nivel bajo en dicha dimensión. Con un valor de significancia igual a 0.780 se acepta la hipótesis

Nula (H_0), la cual manifiesta que, no existe un alto nivel de correlación del componente de Sentirse bien solo de los clientes Pyme y la respuesta frente a la variación de ventas y continuidad del negocio en tiempos de Covid. Podemos inferir que el 75.8% de los empresarios Pyme en estudio tienen una perspectiva de libertad que son únicos e importantes.

5.2. Conclusiones

Primera: No existe relación directa entre la resiliencia frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria en tiempos de COVID - Arequipa 2020, ya que según los datos analizados indicaron que la correlación (Pearson) es muy débil. Razón por la cual se rechaza H1.

Segunda: Los empresarios de una agencia bancaria pertenecientes a la ciudad de Arequipa, presentan un nivel de resiliencia en general medio - bajo. Las dimensiones con mayor grado de resiliencia son: Confianza en sí mismo, Perseverancia, Sentirse bien solo. Asimismo, las dimensiones con nivel de resiliencia bajo son: Ecuanimidad y Satisfacción personal

Tercera: En cuanto a la variación del nivel de ventas en tiempos de COVID, podemos inferir que la mayoría de los clientes pyme manifiesta variación negativa en el nivel de ventas y en la mayoría de los casos esta fue muy significativa.

Cuarta: En cuanto al Nivel de continuidad del negocio en tiempos de COVID, se encontró que un porcentaje muy pequeño de empresario, continuó operando durante los meses que duro la investigación.

Quinta: No existe relación directa la Confianza en sí mismo frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria, ya que según los datos analizados indicaron que la correlación (Pearson) es negativa débil. Razón por la cual se rechaza H1.

Sexta: No existe relación directa entre la Ecuanimidad frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria, ya

que según los datos analizados indicaron que la correlación (Pearson) es positiva débil. Razón por la cual se rechaza H1.

Séptima: No existe relación directa entre la correlación del componente de la Perseverancia frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria, ya que según los datos analizados indicaron que la correlación (Pearson) es positiva débil. Razón por la cual se rechaza H1.

Octava: No existe relación directa entre la correlación del componente de la Satisfacción personal frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria, ya que según los datos analizados indicaron que la correlación (Pearson) es positiva muy débil. Razón por la cual se rechaza H1.

Novena: No existe relación directa entre el componente de Sentirse bien solo frente a la variación del nivel de ventas y continuidad del negocio en clientes Pyme de una agencia bancaria, ya que según los datos analizados indicaron que la correlación (Pearson) es negativa muy débil. Razón por la cual se rechaza H1.

5.3. Recomendaciones

1. A los empresarios Pyme, implementar estrategias de reinversión, como E-commerce, el cual consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet, para así aumentar el nivel de ventas.

2. A los empresarios Pyme, capacitarse para la innovación de productos y/o servicios para así poder ofrecer alternativas innovadores y competentes que permitan el crecimiento de la compañía.

3. A los Administradores de estas empresas, realizar seguimiento mensual a los indicadores en el periodo que van a permitir tomar una adecuada toma de decisiones mejorando la gestión financiera de la empresa permitiendo un crecimiento económico

4. A los investigadores, profundizar en estas dos variables en otras poblaciones tomando una mayor muestra, ya que pueden aportar datos diferentes.

5.4. Bibliografía

(s.f.).

BARBOSA RAMIREZ, D. H. (2015). *RESILENCIA ORGANIZACIONAL Y CAPITAL PSICOLOGICO*. BOGOTA, COLOMBIA.

Torres Pérez, M. Á., Montejó Ek, M. J., & Quijano Gutiérrez, S. M. (2020). UNA APROXIMACIÓN EN LAS MICROEMPRESAS DE ESCÁRCEGA,. *VIII Congreso Virtual Internacional Transformación e Innovación en las Organizaciones*, 3-15.

AIF, B. M. (16 de Abril de 2020). *Bancomundial org*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>

Amortegui Vanegas, D. Y., Orrego Uchima, D. M., & Borrero Bravo, Y. K. (2021). *Impacto Psicológico en los Trabajadores de tres Pymes de Villavicencio en Proceso de Adaptación a la Revolución 4.0 Durante la Crisis dada por el covid*.

Aragón Sánchez, A., & Rubio Bañón, A. (2005). *Factores asociados con el éxito competitivo de las pyme industriales en españa*.

Azoulay, P., Jones, B., Kim, D., & Mieranda, J. (2018). Por qué la edad promedio de un emprendador exitoso es 45 años. *Harward Business Review*los.

Brenes Bonilla, L., & Bermúdez Mesén, L. (2013). Diferencias por genero en el emprendimiento empresarial costarrisense. *TEC Empresarial*, 19.

Chávez Contreras, G. (2021). CRISIS Y REACTIVACION ECONOMICA EN AREQUIPA. *San Pablo Informa*.

Consumoteca. (13 de Junio de 2020). *Consumoteca*. Obtenido de <https://www.consumoteca.com/economia-familiar/bancos-y-cajas-de-ahorros/entidad-bancaria/>

Crespo, A. F. (2020). *Impacto economico en las empresas y el empleo por el Covid - 19*.

cuentas, R. t. (10 de Junio de 2020). *rebajatuscuentas.com*. Obtenido de <https://rebajatuscuentas.com/pe/blog/tipos-de-entidades-financieras-en-el-peru>

Domingo Begazo, J., & Torres Agurto, R. (2009). *EL PBI ¿UN INDICADOR ANACRÓNICO?*

elEconomista.es. (12 de Junio de 2020). *elEconomista.es*. Obtenido de <https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/recesion>

Elorza, J. C., & Oteno, A. (2020). *COVID-19 Continuidad del negocio, gestion de crisis y gobierno corporativo*.

Expansión. (21 de Junio de 2020). Obtenido de <https://www.expansion.com/diccionario-economico/crisis-economica.html>

Figuro, W. F. (2021). Economic overview of Peru in the context of COVID-19. *Innova Research Journal*, 251.

Finanzas, M. d. (2021). Reactiva Perú. *Gob.pe*.

Fischman, F. (2019). *blog.hubspot.es*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-peru>

Fischman, F. (s.f.). *blog.hubspot.es*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/la-importancia-de-las-pymes-en-peru>

garcia contreras, r., valle cruz, d., & canales garcia, r. a. (31 de 03 de 21). *JOURNAL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS FOR IBEROAMERICA*. Obtenido de https://www.icesi.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/4291/4

- García Suarez, M. G. (2018). *CICLO ECONOMICO DEL PBI PERUANO Y SU RELACION CON LOS CICLOS DE EEUU Y CHINA 1960-2015*.
- Gestión. (2020). Economía.
- Gómez Ortiz, R. A. (2006). El liderazgo empresarial para la innovación tecnológica en las micro,pequeñas y mediana empresas. *UNIVERSIDAD Y EMPRESA*, 88-89.
- Gopinath, G. (Abril de 2020). *Noticias ONU*. Obtenido de <https://news.un.org/es/story/2020/04/1472842>
- Heredia Zurita, A., & Dini, M. (2021). *Análisis de las políticas de apoyo a las pymes para enfrentar la pandemia de COVID-19 en América Latina*.
- Herman Kami, F. L. (1998). *CARACTERIZACIÓN DE LAS FLUCTUACIONES CÍCLICAS EN LA ECONOMÍA URUGUAYA*.
- Hipodec. (21 de Junio de 2020). Obtenido de <https://hipodec.up.edu.mx/blog/que-es-riesgo-financiero>
- Kantis, H. (1996). *INERCIA E INNOVACION EN LAS CONDUCTAS ESTRATEGICAS DE LAS PYMES ARGENTINAS*.
- Kotliarenko Ph. D., M. A., Cáceres, I., & Fontecilla, M. (1997). *ESTADO DE ARTE EN RESILIENCIA*.
- Luthar S, S; Cicchetti, D; Becker, B;. (2000). *The construct of resilience: a critical evaluation and guidelines for future work*. Child Development.
- MARICHAL, C. (2016). *NUEVA HISTORIA DE LAS GRANDES CRISIS FINANCIERAS*.
- Mateo Tomé, J. P. (2013). *LA CRISIS ECONÓMICA MUNDIAL Y LA ACUMULACIÓN DE CAPITAL, LAS FINANZAS Y LA DISTRIBUCIÓN DEL INGRESO. DEBATES EN LA ECONOMÍA MARXISTA*.
- Matos Mar, J. (1986). *Desborde Popular y crisis del estado*.

Melillo, A. (10 de Junio de 2020). *RESILIENCIA*. Obtenido de <https://docs.google.com/document/d/16fwIkYcmzK9Gbhs5ds3A9w05FlGruv4dUmU-jKjxKw/edit?pli=1>

MYPES.PE. (s.f.). Obtenido de <https://mypes.pe/noticias/sabes-que-son-las-pymes-y-en-que-se-diferencian-de-las-mypes>

MYPES.PE. (2020). Obtenido de <https://mypes.pe/noticias/sabes-que-son-las-pymes-y-en-que-se-diferencian-de-las-mypes>

Neri Guzmán, J. C., Medina Rivera, R., Medina Ortega, M. A., & González Ramírez, P. I. (2021). *Efectos sociales, económicos y de la salud ocasionados por la pandemia del COVID19*.

Netingbag. (2021). ¿Qué es la variación de ventas? 1.

NIÑO ROJAS, V. M. (2011). *Metodología de la Investigación*.

Pandemia por COVID-19: el mayor reto de la historia del intensivismo. (2020). *US National Library of Medicine National Institutes of Health*.

Pardave, J. (20 de Marzo de 2020). *Red de Comunicación Regional*. Obtenido de <https://www.rcrperu.com/pymes-preparan-propuesta-para-reactivar-produccion-despues-de-crisis-del-coronavirus/>

Pinzon Riaño, J. A. (2019). La resiliencia y su correlación con la satisfacción del director en las micro y pequeñas empresas en Colombia y México. *1er Coloquio de Investigación para Alumnos de Doctorado y Maestría*, 182 - 188.

PQuestionPro. (16 de Junio de 2020). Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/>

Prialé, J. (2020). FMI estima que economía peruana caería 4.5% en 2020 pero rebotaría a crecer 5.2% en 2021. *Gestión*.

- Psicopatología, A. E. (2006). Resiliencia: Definición, características y utilidad de concepto. *Revista de Psicopatología y Psicología clínica*.
- Rapoport, M., & Brenta, N. (2010). *La crisis económica mundial: ¿El desenlace de cuarenta años de inestabilidad?*
- Reina Valles, V. M., Carrera Cuesta, P. Y., & Moreira Reina, I. B. (2021). ANALISIS DE EMPRENDIMIENTOS CREADOS EN TIEMPOS DE COVID EN EL CANTON IBARRA. *UNIVERSIDAD AUTONOMA DE LOS ANDES, ECUADOR*, 347.
- Rocha, F. (2012). *La crisis económica y sus efectos sobre el empleo en España*.
- Salinas Cordero, J. A. (2020). *Impacto del Covid-19 en Distribuidora de Alicorp" ¿En qué medida las restricciones implementadas a causa del Covid-19 en el Perú, en el 2020, impactaron en el proceso y principales indicadores de ventas de la DEX Minorista de Alicorp en Lambayeque?*
- Sánchez Galán, J. (13 de Junio de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/entidad-financiera.html>
- Sanchis, R., & Poler, R. (2011). Medición de la Resiliencia Empresarial ante Eventos Disruptivos. Una. *5th International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management XV Congreso de Ingeniería de Organización*, 104 - 113.
- Santos, R. (s.f.). *LEVANTARSE Y LUCHAR*.
- Suárez Ojeda, N. (2001). *Descubriendo las propias fortalezas*. Buenos Aires: Paidós.
- Tovar Gómez, L. (2015). *RESILIENCIA ORGANIZACIONAL Y CAPITAL PSICOLÓGICO*. BOGOTÁ D.C.
- Triana, R. (2016). *La resiliencia a nivel estratégico en las organizaciones durante épocas de crisis: perspectivas para las pymes*.

Villalba Rivera, R. A. (2017). *MODELOS DE RESILIENCIA ORGANIZACIONAL EN LAS PYMES Y SU IMPACTO EN LA CADENA DE ABASTECIMIENTO*.

VILLARAN, F. (2000). *LAS PYMES EN LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL PERUANA*. LIMA, LIMA, PERU: AMAUTA.

WAGNILD, & YOUNG. (2021). *Ipsias Instituto Psiquiatrico*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/ipsiasinstitutopsiquiatrico/39013071-escaladeresilienciadewagnildyyoung>

5.5. Anexos

ANEXO 1:

Consentimiento informado

Sección 1 de 2

RESILIENCIA EN EMPRESARIOS PYMES

Usted ha sido invitado a participar en una investigación sobre el ANÁLISIS DE LA RESILIENCIA A LA VARIACIÓN DEL NIVEL DE VENTAS Y CONTINUIDAD DEL NEGOCIO EN CLIENTES PYME DE UNA AGENCIA BANCARIA EN TIEMPOS DE COVID - AREQUIPA 2020. Esta investigación es realizada por: Ysabel Ccorimanya.

El propósito es; Analizar la resiliencia de los empresarios PYME frente a a la variación de ventas y continuidad del negocio. Usted fue elegido para colaborar en esta investigación, ya que, se considera que su empresa ha afrontado de manera positiva la recesión económica.

Si acepta participar en esta investigación marque si y continúe con el llenado de las preguntas.

¿Desea participar en la investigación?

Si

No

Indique su Edad

ANEXO 2:

Formato Del Instrumento

CUESTIONARIO SITUACIONAL DE VARIACIÓN DEL NIVEL VENTAS Y CONTINUIDAD DEL NEGOCIO EN CLIENTES PYME DE UNA AGENCIA BANCARIA EN TIEMPOS DE COVID - AREQUIPA 2020.

Instrucciones para responder el siguiente cuestionario que pretende conocer su opinión frente a la recesión económica por el COVID 19.

Por favor, marque con una “x” las repuestas que mejor se adecuen a su realidad e indicando el grado de acuerdo/desacuerdo con las siguientes afirmaciones. **NO OLVIDE QUE DEBE RESPONDER TODAS LA PREGUNTAS PLANTEADAS.**

1.¿Desea participar en la investigación?

A. Si

B. No

2.Indique su Edad

3.Indique su Sexo

A. Femenino

B. Masculino

4.Especifique su RUC

5.Especifique su cargo

A. GERENTE GENERAL

B. ACCIONISTA TITULAR

C. ACCIONISTA MAYORITARIO

D. ACCIONISTA MINORITARIO

6. Escoja el sector económico de su negocio

A. Comercio

B. Servicio

C. Industria

7. ¿Cuál es el rubro de gasto más relevante para su negocio?

A. Planilla

B. Proveedores

C. Deudas con entidades

D. Alquileres

E. Otros

8. ¿Cuánto vendía mensualmente de enero a febrero?

A. Menos de 50 mil soles

B. Más de 50 mil soles y menos de 100 mil soles

C. Más de 100 mil soles y menos de 200 mil soles

D. Más de 200 mil soles y menos de 300 mil soles

E. Más de 300 mil soles

9. ¿Cuánto vendía mensualmente de marzo a junio?

A. Menos de 50 mil soles

B. Más de 50 mil soles y menos de 100 mil soles

C. Más de 100 mil soles y menos de 200 mil soles

D. Más de 200 mil soles y menos de 300 mil soles

E. Más de 300 mil soles

10. ¿Cuánto vende en promedio mensual desde julio en adelante?

- A. Menos de 50 mil soles
- B. Más de 50 mil soles y menos de 100 mil soles
- C. Más de 100 mil soles y menos de 200 mil soles
- D. Más de 200 mil soles y menos de 300 mil soles
- E. Más de 300 mil soles

11. ¿Cuánto espera vender mensualmente en los meses de enero y febrero del 2021?

(Según sus expectativas)

- A. Menos de 50 mil soles
- B. Más de 50 mil soles y menos de 100 mil soles
- C. Más de 100 mil soles y menos de 200 mil soles
- D. Más de 200 mil soles y menos de 300 mil soles
- E. Más de 300 mil soles

12. ¿En qué periodo de mes, su negocio reactivó sus ventas?

- A. No se reactivó
- B. Julio - agosto
- C. Septiembre – octubre
- D. Noviembre – diciembre
- E. Nunca detuvo sus ventas

13. ¿Mi negocio se vio afectado por la recesión económica (Covid 19)?

- A. Totalmente en desacuerdo
- B. En desacuerdo
- C. Indiferente
- D. De acuerdo

E. Totalmente de acuerdo

14. ¿Mi negocio ha cambiado de giro durante la cuarentena?

A. Totalmente en desacuerdo

B. En desacuerdo

C. Indiferente

D. De acuerdo

E. Totalmente de acuerdo

15. ¿Mi negocio NO ha tenido la necesidad de cambiar de giro durante la cuarentena?

A. Totalmente en desacuerdo

B. En desacuerdo

C. Indiferente

D. De acuerdo

E. Totalmente de acuerdo

16. ¿Considero que mi negocio está preparado para enfrentar la crisis por el COVID 19?

A. Totalmente en desacuerdo

B. En desacuerdo

C. Indiferente

D. De acuerdo

E. Totalmente de acuerdo

17. ¿Mi negocio está enfrentando de manera positiva la crisis por el COVID 19?

A. Totalmente en desacuerdo

B. En desacuerdo

C. Indiferente

D. De acuerdo

E. Totalmente de acuerdo

18. ¿Espero recuperar el nivel de ventas que tenía antes de la cuarentena por el COVID?

A. Totalmente en desacuerdo

B. En desacuerdo

C. Indiferente

D. De acuerdo

E. Totalmente de acuerdo

19. ¿Los gastos de mi negocio han aumentado después del estado de emergencia nacional?

A. Totalmente en desacuerdo

B. En desacuerdo

C. Indiferente

D. De acuerdo

E. Totalmente de acuerdo

20. ¿El nivel de ventas de mi negocio aumento debido a la pandemia?

A. Totalmente en desacuerdo

B. En desacuerdo

C. Indiferente

D. De acuerdo

E. Totalmente de acuerdo

ENCUESTA DE RESILIENCIA

Instrucciones: Por medio de este cuestionario, se busca conocer su forma y frecuencia de actuar ante determinadas circunstancias, las cuales serán plasmadas en 25 frases.

Se le solicita que conteste a cada una de las siguientes preguntas marcando con un aspa (X) en la casilla que mejor represente su proceder en cada oración, vale resaltar que no existe respuesta buena ni mala, agradeceremos solución de manera sincera y rápida el cuestionario.

1. Cuando planeo algo lo realizo

- a) Totalmente en Desacuerdo
- b) En Desacuerdo
- c) Parcialmente en Desacuerdo
- d) Indiferente
- e) Parcialmente De Acuerdo
- f) De Acuerdo
- g) Totalmente De Acuerdo

2. Generalmente me las arreglo de una manera u otra

- a) Totalmente en Desacuerdo
- b) En Desacuerdo
- c) Parcialmente en Desacuerdo
- d) Indiferente
- e) Parcialmente De Acuerdo
- f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

3. Dependo más de mí mismo que de otras personas

a) Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c) Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e) Parcialmente De Acuerdo

f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

4. Es importante para mí mantenerme interesado(a) en las cosas

a) Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c) Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e) Parcialmente De Acuerdo

f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

5. Puedo estar solo(a) si tengo que hacerlo

a) Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c) Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e) Parcialmente De Acuerdo

f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

6.Me siento orgulloso(a) de haber logrado cosas en mi vida

a)Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c)Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e)Parcialmente De Acuerdo

f)De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

7.Usualmente veo las cosas a largo plazo

a)Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c)Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e)Parcialmente De Acuerdo

f)De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

8.Soy amigo de mí mismo(a)

a)Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c)Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e)Parcialmente De Acuerdo

f)De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

9.Siento que puedo manejar varias cosas al mismo tiempo

a)Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c)Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e)Parcialmente De Acuerdo

f)De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

10. Soy decidido(a)

a)Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c)Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e)Parcialmente De Acuerdo

f)De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

11. Rara vez me pregunto sobre la finalidad de todo

a)Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c)Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e)Parcialmente De Acuerdo

f)De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

12. Tomo las cosas una por una

a) Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c) Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e) Parcialmente De Acuerdo

f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

13. Puedo enfrentar las dificultades porque las he experimentado anteriormente

a) Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c) Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e) Parcialmente De Acuerdo

f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

14. Tengo autodisciplina

a) Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c) Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e) Parcialmente De Acuerdo

f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

15. Me mantengo interesado en las cosas

a) Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c) Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e) Parcialmente De Acuerdo

f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

16. Por lo general, encuentro algo de qué reírme

a) Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c) Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e) Parcialmente De Acuerdo

f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

17. El creer en mí mismo(a) me permite atravesar tiempos difíciles

a) Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c) Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e) Parcialmente De Acuerdo

f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

18. En una emergencia soy una persona en quien se puede confiar

a) Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c) Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e) Parcialmente De Acuerdo

f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

19. Generalmente puedo ver una situación de varias maneras

a) Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c) Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e) Parcialmente De Acuerdo

f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

20. Algunas veces me obligo a hacer cosas, aunque no quiera

a) Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c) Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e) Parcialmente De Acuerdo

f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

21. Mi vida tiene significado

a) Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c) Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e) Parcialmente De Acuerdo

f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

22. No me lamento de las cosas por las que no puedo hacer nada

a) Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c) Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e) Parcialmente De Acuerdo

f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

23. Cuando estoy en una situación difícil generalmente encuentro una salida

a) Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c) Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e) Parcialmente De Acuerdo

f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

24. Tengo energía suficiente para hacer lo que debo hacer

a) Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c) Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e) Parcialmente De Acuerdo

f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

25. Acepto que hay personas a las que no les agrado

a) Totalmente en Desacuerdo

b) En Desacuerdo

c) Parcialmente en Desacuerdo

d) Indiferente

e) Parcialmente De Acuerdo

f) De Acuerdo

g) Totalmente De Acuerdo

ANEXO 3:

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 1er EXPERTO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

1. Datos generales

1.1. Apellidos y Nombres (experto)	SIALER HARADA MARTIN
1.2. Cargo e institución donde labora	MAGISTER EN ADMINISTRACION ESTRATEGICA DE EMPRESAS PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU
1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación	CUESTIONARIO SITUACIONAL DE VARIACION DEL NIVEL VENTAS Y CONTINUIDAD DEL NEGOCIO EN CLIENTES PYME DE UNA AGENCIA BANCARIA EN TIEMPOS DE COVID - AREQUIPA 2020
1.4. Investigador	➤ Ysabel Lina Ccorimanya Timoteo

2. Tabla de evaluación General

INDICADORES	CRITERIOS
1. CLARIDAD Y REDACCIÓN	Esta formulado con lenguaje apropiado a la especialidad
2. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica para recolectar información
3. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad para recolectar información
4. COHERENCIA	Existe coherencia entre índices, indicadores y dimensiones

3. Opinión de aplicabilidad

Las preguntas son claras y esta bien diseñadas

Arequipa, enero del 2021



Firma del experto

Mg. Sialer Harada Martin

DNI 41658509

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

1. Datos generales

1.1. Apellidos y Nombres (experto)	SIALER HARADA MARTIN
1.2. Cargo e institución donde labora	MAGISTER EN ADMINISTRACION ESTRATEGICA DE EMPRESAS PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL PERU
1.3. Nombre del Instrumento motivo de evaluación	CUESTIONARIO SITUACIONAL DE VARIACION DEL NIVEL VENTAS Y CONTINUIDAD DEL NEGOCIO EN CLIENTES PYME DE UNA AGENCIA BANCARIA EN TIMPOS DE COVID - AREQUIPA 2020
1.4. Investigadores	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ysabel Lina Ccorimanya Timoteo ➤

2. Tabla de evaluación General

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0%-20%	Regular 21%-40%	Bueno 41%-60%	Muy Bueno 61%-80%	Excelente 81%-100%
1. CLARIDAD Y REDACCIÓN	Esta formulado con lenguaje apropiado a la especialidad					X
2. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica para recolectar información					X
3. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad para recolectar información				X	
4. COHERENCIA	Existe coherencia entre índices, indicadores y dimensiones					X

3. Promedio de Valoración

EXCELENTE

4. Opinión de aplicabilidad

APLICABLE (X)

APLICABLE DESPUÉS DE CORREGIR ()

NO APLICABLE ()

Observaciones: _____

Arequipa, mayo de 2020



Firma

ANEXO 4:

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2do EXPERTO



UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE
ADMINISTRACIÓN

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

1. Datos generales

1.1. Apellidos y Nombres (experto)	ADRIAZOLA CORRALES PASCUAL HERADIO
1.2. Cargo e institución donde labora	DOCENTE ASOCIADO UNSA FIPS
1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación	CUESTIONARIO SITUACIONAL DE VARIACION DEL NIVEL VENTAS Y CONTINUIDAD DEL NEGOCIO EN CLIENTES PYME DE UNA AGENCIA BANCARIA EN TIEMPOS DE COVID - AREQUIPA 2020
1.4. Investigador	➤ Ysabel Lina Ccorimanya Timoteo

2. Tabla de evaluación General

INDICADORES	CRITERIOS
1. CLARIDAD Y REDACCIÓN	Esta formulado con lenguaje apropiado a la especialidad
2. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica para recolectar información
3. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad para recolectar información
4. COHERENCIA	Existe coherencia entre índices, indicadores y dimensiones

3. Opinión de aplicabilidad

Las preguntas son claras y esta bien diseñadas

Arequipa, enero del 2021

Firma del experto
Mg. Ing. Pascual Heradio Adriaola Corrales
DNI 29525780
CIP N° 51613

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

1. Datos generales

1.1. Apellidos y Nombres (experto)	ADRIAZOLA CORRALES PASCUAL HERADIO
1.2. Cargo e institución donde labora	DOCENTE ASOCIADO UNSA FIPS
1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación	CUESTIONARIO SITUACIONAL DE VARIACION DEL NIVEL VENTAS Y CONTINUIDAD DEL NEGOCIO EN CLIENTES PYME DE UNA AGENCIA BANCARIA EN TIMPOS DE COVID - AREQUIPA 2020
1.4. Investigadores	> Ysabel Lina Ccorimanya Timoteo >

2. Tabla de evaluación General

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0%-20%	Regular 21%-40%	Buena 41%-60%	Muy Buena 61%-80%	Excelente 81%-100%
1. CLARIDAD Y REDACCIÓN	Esta formulado con lenguaje apropiado a la especialidad				X	
2. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica para recolectar información				X	
3. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad para recolectar información				X	
4. COHERENCIA	Existe coherencia entre índices, indicadores y dimensiones				X	

3. Promedio de Valoración

MUY BUENO

4. Opinión de aplicabilidad

APLICABLE (X) APLICABLE DESPUÉS DE CORREGIR () NO APLICABLE ()

Observaciones: _____

Arequipa, mayo de 2020



Firma

ANEXO 5:

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 3er EXPERTO



UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE
ADMINISTRACIÓN

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

1. Datos generales

1.1. Apellidos y Nombres (experto)	PEDRO LUIS RIVERA CCOROPUNA
1.2. Cargo e institución donde labora	AUDITOR - EMPRESA PRESTA PERU
1.3. Nombre del instrumento motivo de evaluación	CUESTIONARIO SITUACIONAL DE VARIACION DEL NIVEL VENTAS Y CONTINUIDAD DEL NEGOCIO EN CLIENTES PYME DE UNA AGENCIA BANCARIA EN TIEMPOS DE COVID - AREQUIPA 2020
1.4. Investigador	➤ Ysabel Lina Ccorimanya Timoteo

2. Tabla de evaluación General

INDICADORES	CRITERIOS
1. CLARIDAD Y REDACCIÓN	Esta formulado con lenguaje apropiado a la especialidad
2. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica para recolectar información
3. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad para recolectar información
4. COHERENCIA	Existe coherencia entre índices, indicadores y dimensiones

3. Opinión de aplicabilidad

Las preguntas son claras y esta bien diseñadas

Arequipa, enero del 2021

Firma del experto
Mg. Pedro Luis Rivera Ccoropuna
DNI 41658509

ANEXO 6:
Correlación de Hernández Sampieri -2010

Posible Resultado	
1.00	= Correlación positiva perfecta
De 0.90 a 0.99	= Correlación positiva muy fuerte
De 0.75 a 0.89	= Correlación positiva fuerte
De 0.51 a 0.74	= Correlación positiva media considerable
0.50	= Correlación positiva media
De 0.26 a 0.49	= Correlación positiva débil considerable
De 0.11 a 0.25	= Correlación positiva débil
De 0.01 a 0.10	= Correlación positiva muy débil
0.00	No hay correlación
De -0.01 a -0.10	= Correlación negativa muy débil
De -0.11 a -0.25	= Correlación negativa débil
De -0.26 a -0.49	= Correlación negativa débil considerable
-0.50	= Correlación negativa media
De -0.51 a -0.74	= Correlación negativa media considerable
De -0.75 a -0.89	= Correlación negativa fuerte
De -0.90 a -0.99	= Correlación negativa muy fuerte
1.00	= Correlación negativa perfecta