



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE RUBRO COMPRA Y
VENTA DE CALZADO DEL MERCADO CENTRAL DE
TAMBOGRANDE PIURA, AÑO 2017**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

VICTOR ABRAHAM DOMINGUEZ PALACIOS

ASESORA:

DRA. MERCEDES PALACIOS DE BRICEÑO

**PIURA – PERÚ
2017**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE RUBRO COMPRA Y
VENTA DE CALZADO DEL MERCADO CENTRAL DE
TAMBOGRANDE PIURA, AÑO 2017**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

VICTOR ABRAHAM DOMINGUEZ PALACIOS

ASESORA:

DRA. MERCEDES PALACIOS DE BRICEÑO

**PIURA – PERÚ
2017**

JURADO EVALUADOR

**MGTR. VÍCTOR HUGO VILELA VARGAS
PRESIDENTE**

**MGTR. VÍCTOR HELIO PATIÑO NIÑO
SECRETARIO**

**MGTR. MARITZA ZELIDETH CHUMACERO ANCAJIMA
MIEMBRO**

**DRA. MERCEDES R. PALACIOS DE BRICEÑO
ASESORA**

AGRADECIMIENTO

A Dios que con su bendición me ha permitido, vencer cada obstáculo y seguir adelante día a día en este camino de superación.

A las MYPES por haberme brindado la información que les solicitaba.

DEDICATORIA

A mis padres Luis y Rosa por
estar ahí brindándome su apoyo y
motivándome para que culmine con
mi carrera

RESUMEN

La presente investigación Titulada “caracterización del financiamiento y la competitividad de las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande Piura al año 2017” estableció como objetivo general determinar las características del financiamiento y la competitividad de las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande Piura al año 2017. La investigación es de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental - transversal. Se realizó a través de un cuestionario, con la finalidad de recoger los datos de la MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande Piura al año 2017, para llevar a cabo se aplicó un cuestionario con preguntas cerradas, utilizando la técnica de la encuesta a 10 MYPE Obteniéndose los siguientes resultados:

Respecto al financiamiento que el 60% utiliza financiamiento bancario, el 70% solicitaron en el 2017 créditos bancarios, el 100% atendieron su crédito en menos de una semana, el 100% de las MYPE estudiadas les otorgaron los créditos en los montos solicitados, el 70% que sus créditos fueron a largo plazo y que el 60% trabaja con dinero de prestamistas.

Respecto a la competitividad: el 63% si percibe que motivan a los trabajadores, el 68% afirma que la atención es buena, el 71% que innovan en los productos, el 92% si le ofrecen descuento y que el 83% los productos son de buen calidad

Palabras claves: financiamiento, competitividad, Calzado y MYPE

ABSTRACT

The present Qualified investigation "characterization of the financing and the competitiveness of the MYPE item buys and sale of footwear of Tambogrande Piura's a year 2017" it established as general aim you were determining the characteristics of the financing and the competitiveness of the MYPE item he buys and sale of footwear of Tambogrande Piura's a year 2017. The investigation is of descriptive type, trasversal, not experimentally, quantitative level. It was realized across a questionnaire, with the purpose of gathering the information of the MYPES item he buys and sale of footwear of Tambogrande Piura's a year 2017, to go I finish a questionnaire was applied by closed questions, using the technology of the survey to 10 MYPE the following results Being Obtained

With regard to the financing that 60 % uses bank financing, 70% requested in 2017 bank credits, 100% attended to his credit in less than one week, 100% of the studied MYPES granted the financial credits to them in the requested amounts, 70% that his credits were long-term and that 60 % works with lenders' money

With regard to the competitiveness: 63% if it perceives that they motivate the workers, 68 % affirms that the attention is good, 71 % that innovate in the products, 92 % if they offer him discount and that 83 % the products are of well quality

Keywords: financing, competitiveness, footwear y MYPE

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR.....	i
AGRADECIMIENTO	ii
DEDICATORIA.....	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
TABLA DE CONTENIDO	vi
INDICE DE TABLAS	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISION DE LITERATURA	1
2.1 Antecedentes.....	10
2.1.1 Financiamiento	10
2.1.2 Competitividad	15
2.2 Marco teorico.....	21
2.2.1 Teoría del Financiamiento	21
2.2.2 Fuentes de financiamiento	22
2.2.3 Principales Instrumentos de Financiamiento Externo	23
2.2.4 Fuentes de financiamiento a corto plazo	26
2.2.5 Fuentes de Financiamiento Bancarias en el Perú	26
2.3.1 Competitividad	30

2.3.2 Características de la competitividad	31
2.3.3 Tipos de competitividad en las empresas	32
2.3.4 Factores de la competitividad	32
2.3.5 Las 5 fuerzas de Porter:	34
2.3.6 La Ventaja Competitiva de Michael Porter	36
III. METODOLOGÍA.....	38
3.2. Población y Muestra	39
a) Población.....	39
b) Muestra.....	41
3.3 Matriz de operacionalización de variables	42
3.4 Instrumentos	44
3.5. Plan de análisis.	44
3.6 Matriz de Consistencia:	45
3.7 Principio Éticos.....	47
IV. RESULTADOS	49
4.1 RESULTADOS	49
4.2 Análisis de Resultado	56
V. CONCLUSIONES.....	64
REFERENCIAS BIBLIOGRAFIA	65
ANEXOS	71
1. CUESTIONARIO.....	72
2. VALIDACION	75

3. CALCULOS ESTADISTICOS	90
4. FORMULA.....	90
5. LEY N° 30056.....	91
6.LIBRO DE CODIGOS	94

INDICE DE TABLAS

Tabla 01: Edad.....	49
Tabla 02: Sexo	49
Tabla 03: Grado de instrucción	49
Tabla 04: Ocupación.....	50
Tabla 05: Estado civil	50
Tabla 06: Años en el rubro	50
Tabla 07: Formalidad.....	50
Tabla 08: Trabajadores eventuales	51
Tabla 09: Motivos de formación	51
Tabla 10: Tipo de financiamiento.....	51
Tabla 11: Solicitud de crédito.....	51
Tabla 12: Entidad.....	52
Tabla 13: Cuántos créditos	52
Tabla 14: Rapidez de atención.....	52
Tabla 15: Monto solicitado.....	52
Tabla 16: Crédito a largo plazo	53
Tabla 17: Prestamistas informales	53
Tabla 18: Interés de informales	53
Tabla 19: Motivación a los trabajadores.....	53
Tabla 20: La atención es buena	54
Tabla 21: Innovación de Productos	54
Tabla 22: Frecuencia con la que innovan	54
Tabla 23: Innova la infraestructura.....	54
Tabla 24: Descuentos.....	54
Tabla 25: Productos sustitutos.....	55
Tabla 26: Calidad.....	55
Tabla 27: Productos duraderos	55

I. INTRODUCCIÓN

La investigación tiene como objetivo determinar las características del financiamiento y la competitividad en las MYPE rubro compra y venta calzado en el distrito de Tambogrande Piura al 2017. Las MYPE del ámbito de estudio están ubicadas en el mercado central nave “unión” del mismo distrito, se dedican a la compra y venta de calzado para damas, caballeros y niños. Es en este sector, en donde se ha llevado a cabo la investigación, debido a que no hay estadísticas oficiales a nivel nacional, regional y local, o en todo caso son pocas estadísticas que existen o son muy desfasadas, tampoco se ha podido encontrar trabajos publicados sobre las características del financiamiento y la competitividad de las MYPE del sector comercio - rubro calzado del ámbito de estudio.

Es por ello que desconocemos las principales características del financiamiento y la competitividad de dichas MYPE, por ejemplo, se desconoce si tienen acceso o no al financiamiento, a qué instituciones financieras recurren para obtener dicho financiamiento, si la competitividad ha mejorado o empeorado en el periodo de estudio, cuáles son sus ventajas competitivas y cuáles son sus estrategias.

En el Perú Según cifras del INEI, en el IV Trimestre del 2013 las personas naturales fundaron 42,468 empresas, a nivel nacional. La suma es importante y demuestra que muchas personas quieren realizar algún tipo de “negocio”. El INEI que el 29.5% de las empresas declararon que su negocio era el comercio al por menor, un 15% adicional era para “comercio al por mayor” y un 14.6% para “otros servicios” (Alvarado, 2015)

Las micro y pequeñas empresas han ido cobrando más importancia cada año. La tasa de crecimiento promedio en el período 2008-2015 fue del 5,0 %. El aporte de Piura al Valor Agregado Bruto (VAB) nacional, según cifras del INEI al año 2015, es del 3,9 %. En la estructura productiva departamental, el sector de servicios es el de mayor representante con el 38,5 % del total. Le siguen, la actividad manufacturera (14,9 %) y el comercio (14,1%) (Alvarado, 2015)

La MYPE juega un rol importante en la economía de nuestra región. A nivel nacional Piura ocupa el cuarto puesto en relación a la intervención empresarial después Lima, Arequipa y La Libertad. De otro lado, la Población Económicamente Activa (PEA) en 2012 fue de 898,3 mil personas; cabe señalar que de la PEA ocupada, el 31,0% pertenece al sector primario (agricultura, pesca y minería) y el 26,7% al sector de servicios. (Alvarado, 2015)

Hace dos años existían 39 empresas micro financieras, las cuales se encuentran las Cajas Rurales y Municipales, las Ed PYMES y otras financieras. El sector financiero ha seguido el crecimiento de Piura en los últimos años. El grado de profundización financiera, medido por el ratio Crédito/VAB, creció de 11,2% en el 2003 a 25,6% en el 2015 y el número de oficinas se aumentó en más de ocho veces entre el 2003 y el 2015. Por último, cabe destacar que Piura es pionera y líder en cuanto a presencia de cajas municipales, las iniciadoras del importante sector de micro finanzas en el país. (Alvarado, 2015)

En el Perú, los micros y pequeñas empresas han cobrado más importancia cada año. Ya que aporta el 42% al PBI nacional, albergan al 60% de la población económicamente activa, generando fuentes de trabajos formales e informales, y, además, es el principal motor de la actividad comercial. Tienen un gran potencial de crecimiento y desarrollo; por ello, debemos tratar de ayudarlas a mejorar su gestión

empresarial para que crezcan de manera sostenida. Además, deben innovar y utilizar nuevas estrategias de mercado. Según una base oficial de la Sunat, al 2010, hay unas 45458 MYPE formales. Piura ocupa el cuarto puesto, en la participación empresarial a nivel nacional; y, respecto a la participación de las MYPE (Silupu, 2012)

Según Cáceres (2017) los créditos financiero otorgados a micro y pequeñas empresas MYPE tuvieron un incremento interanual de 6,02% a febrero, informo la directora de negocios de la central de riesgos Sentinel. Así, las microempresas tuvieron un aumento en su saldo deudor de 7,43% a S/10.616 millones, mientras que las pequeñas empresas tuvieron un avance de 5,45% a S/25.698 millones. Por otro lado, el crédito promedio para el segmento de microempresarios disminuyo en el mismo comparativo anual de S/5.638 a S/5.590 a la vez que la cantidad de clientes subió en 8,36%. (Cáceres, 2017)

Las modificaciones de la Ley N° 30056, busca dar mayor impulso a las MYPE. (Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y Crecimiento Empresarial) (Atahuaman, 2013).

1. Se definirá el tipo de empresa por su número de trabajadores sino por sus ventas. De este modo una microempresa podrá contratar más personas que las diez a las que antes estaba limitada. Desde ahora una microempresa será la que tiene ventas anuales hasta por un máximo de 150 UIT (S/.555 mil) y una pequeña empresa la que vende entre 150 UIT (S/.555 mil) y 1.700 UIT (S/.6'290.000).
2. Durante los tres primeros años, desde su inscripción REMYPE, las nuevas empresas no serán sancionadas al primer error si cometen una falta

laboral o tributaria, sino que tendrán la posibilidad de enmendarlo sin tener que pagar multas (Atahuaman, 2013).

3. La microempresa supera el monto de ventas que manda la ley podrá tener plazo de un año para pasar ya como pequeña empresa al régimen laboral especial que le correspondería (Atahuaman, 2013)
4. El REMYPE, que permanece hoy bajo la administración del Ministerio de Trabajo, pasará a la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria – SUNAT.
5. Las empresas individuales limitada podrán estar en el Nuevo Régimen Único Simplificado (Nuevo Rus) que antes solo estaba dirigido a las personas naturales. (Atahuaman, 2013).

Mediante el artículo 10° de la Ley N° 30056, se modifica la denominación “Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE”, aprobado mediante Decreto Supremo 007-2008-TR, por la siguiente: “Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial”

El artículo 11° de la Ley N° 30056 en el año 2013, que modifica el artículo 42° del Decreto Supremo N° 007-2008-TR, se establece que la naturaleza del Régimen Laboral Especial es de carácter permanente y únicamente aplicable a la micro y pequeña empresa, por ende, a la categoría empresarial de mediana empresa. (Atahuaman, 2013)

El régimen de las MYPE, la Ley N° 30056 publicada en el año 2013, realiza una modificación sustancial respecto al período de gracia que tendrían las pequeñas empresas que superen por 2 años consecutivos el número de ventas anuales. (Atahuaman, 2013). Entre los reconocimientos de la nueva Ley son:

El régimen especial reconoce los derechos laborales básicos como: la jornada de 8 horas diarias, descanso semanal de 24 horas, 15 días de vacaciones, 15 días de Compensación por Tiempo de Servicios por año, dos gratificaciones de medio sueldo por año, derecho a la remuneración mínima.

Además, la indemnización por despido injustificado de 10 remuneraciones diarias por año para la MYPE y de 20 remuneraciones diarias por año para la PYME, derecho a la seguridad social y pensiones, sindicación y negociación colectiva de ser el caso. (Gestion, 2016)

La norma solo se aplicarán a los nuevos trabajadores que sean contratados a partir de la vigencia del D. Leg 1086 (luego de aprobado el reglamento en un plazo de 60 días). Los trabajadores antiguos bajo el régimen general, conservarán los derechos que por ley les corresponde, inclusive, se establecen conciliaciones para evitar el recorte de estos derechos, al haberse fijado multas e indemnizaciones ante incumplimientos. (Gestion, 2016)

El Distrito de Tambogrande es uno de los diez distritos de la Provincia de Piura, bajo la administración del Gobierno regional de Piura. Limita por el noroeste con el Distrito de Sullana, por el noreste con el Distrito de Las Lomas, por el este con los distritos de Frías y Sapillica, por el sur con el Distrito de Chulucanas, y por el oeste con los distritos de Piura y Castilla. Siendo un distrito muy agradable y ecológico en favor de la naturaleza misma, está ubicado a la margen derecha del río Piura,

aproximadamente a 60 km de Piura y a 100 km del puerto de Paita. Tiene una altura de 68 m.s.n.m., una superficie de 1 442,81 Km², una temperatura de 24° C y una población de 68248 habitantes (Grande, 2007)

Tambogrande está situada en los contornos del productivo Valle de San Lorenzo, unos de los más importantes del norte peruano. De este valle surge la mayor producción de mango y limón del Perú. Con una producción de mango de aproximadamente de 100,000.00 TN. Por año, destinada en su mayor parte a mercados extranjeros como EE.UU., Europa, China. (Grande, 2007)

San Lorenzo cuenta con 53,773 hectáreas. De extensión, de las cuales 42,188 están bajo riego regulado y representan el 12% de tierras cultivables del Perú. Este valle fue considerado como un proyecto modelo en América Latina, y actualmente es considerado como uno de los mayores productores de fruta. Uno de los aspectos más sobresalientes es la producción de mango y limón siendo esta la más importante fuente de ingreso para el municipio y para los pobladores. (Grande, 2007)

La producción de mango y limón fue impulsada luego que el régimen militar de Velasco Alvarado quien dió su respaldo a los campesinos a cultivar sus tierras y así poco a poco se fue agrandando esta industria, pero no solo es el mango y el limón los que se cosechan en tambogrande, también están el plátano, las sandía, y la papaya entre las típicas ciruelas y tamarindos, que son frutos tropicales. (Grande, 2007)

El calzado es la indumentaria utilizada para proteger los pies. Hay de muchas formas y tamaños como zapatos, sandalias para diferentes usos, motivos, incluyendo la protección del pie, la higiene o de simple adorno. Debido a que el uso es cada vez más importante y la demanda aumentó, las industrias se vieron en la necesidad de

distribuir el calzado a través de pequeños negocios, los cuales se encargaron de poner el producto en el mercado.

El mercado de calzados en el Perú se identifica por ser bastante competitivo, con intervención de variadas marcas tanto nacionales y internacionales. Por otro lado, es un producto que cambia temporada tras temporada siguiendo las últimas tendencias en moda. La principal razón es que esta industria es altamente globalizada y, por ende, altamente sensible a los cambios en la competitividad internacional y el dinamismo de las economías internacionales.

Así mismo la Competitividad de la MYPE trabajan de manera aislada, sin concertación ni articulación de las partes, y tampoco consideran la importancia de la capacitación, puesto que en el Perú no hay un sistema nacional de capacitación para la MYPE; dicha ausencia con lleva a que no exista un organismo regulador que establezca las bases o que marque la pauta y fije las normas para que la oferta de capacitación llegue adecuadamente a la demanda (Bardales, 2011)

El poder de negociaciones de los compradores es alto, debido a que los productos no están diferenciados, prefieren comprar donde se les ofrezca productos de mejor calidad a precios bajos debido a ser MYPE con alto volumen de productos. Entre otros aspectos, La amenaza de nuevos productos, es baja ya que todos los productos que se venden presentan iguales características y existen de diferentes calidades, De acuerdo a la situación antes caracterizada, se puede enunciar el problema ¿Cuáles son las características que tiene el financiamiento y la competitividad de las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande –Piura año 2017? Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general Determinar las características del financiamiento y la competitividad de las MYPE

rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande –Piura año 2017

Para poder conseguir el objetivo general, se ha planteado los siguientes objetivos específicos: (a) Conocer las fuentes de financiamiento que emplean las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado de Tambogrande Piura al 2017; (b) Identificar el tipo de financiamiento externo en las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado de Tambogrande Piura al 2017; (c) Identificar las ventajas de la competitividad de las MYPES rubro compra y venta de calzado del mercado de Tambogrande Piura al 2017; (d) Determinar las estrategias de la competitividad que utilizan las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado de Tambogrande Piura al 2017

Finalmente, la investigación práctica se justifica porque la realización del presente estudio permitirá conocer a nivel descriptivo las características del financiamiento y la competitividad de las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central del distrito de Tambogrande Piura al año 2017. Así mismo, la investigación también se justifica porque permitirá tener ideas mucho más acertadas de cómo opera el financiamiento y la competitividad en las MYPE del sector en estudio.

Metodológicamente, la investigación aplicará la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información.

Además, el estudio servirá de base para la realización de estudios similares porque no existen estudios realizados en el sector del financiamiento y la competitividad de las MYPE rubro compra y venta de calzado de Tambogrande,

situaciones que pueden ser investigadas por la ciencia, una vez que sean demostradas su validez y confiabilidad podrán ser utilizados en otros trabajos.

También la investigación se justifica porque me servirá como medio para obtener el título de licenciado en administración y para que la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, mejore sus estándares de calidad establecidas por la CONEAU, al permitir y exigir la titulación de sus egresados sea a través de la elaboración y sustentación de trabajos de investigación (tesis).

II. REVISION DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Financiamiento

Colombita (2014) realizo una Investigación en la Universidad Nacional de Colombia sobre “La gestión financiera y el acceso a financiamiento de las PYMES del sector comercio en la ciudad de Bogotá” (Colombia). El tipo de investigación corresponde a un enfoque cuantitativo, no experimental, concluye que las PYME del sector comercio no están diversificando sus fuentes de financiamiento, presentando un financiamiento mayoritario y concentrado en fuentes internas a través del patrimonio, lo cual es coincidente con los señalamientos planteados en la teoría del pecking order, la cual establece que las empresas usualmente recurren a recursos propios a través de las utilidades y aportes antes que a fuentes externas De igual forma se evidenció una mayor utilización de los recursos en el corto plazo, destacándose principalmente el apalancamiento a través de proveedores. Esta inclinación de financiamiento puede interpretarse como una señal de la renuencia de los propietarios a perder el control de la empresa o como producto de la desconfianza que tienen inversionistas y prestamistas sobre la información relacionada con este segmento empresarial debido a problemas de asimetrías de información e inseguridad en este tipo de negocios nacies

Ajtun (2014) realizo una investigación en la Universidad Rafael Landívar Guatemala sobre “Fuentes de financiamiento de pequeñas empresas del sector confección de la ciudad de Mazatenango” Método descriptivo, muestra 18 pequeñas empresas dedicadas a la confección. Para efecto de estudio

se tomó el 100% de estas empresas. Concluyo que la mayoría de empresarios dedicados a la confección en la ciudad de Mazatenango, acuden a instituciones financieras en busca de préstamos, lo que revela que su principal fuente para financiar sus actividades productivas ha sido el financiamiento externo, entre tanto un porcentaje mínimo utiliza financiamiento interno. Los resultados demuestran que la mayor parte de empresarios acuden a bancos, y a ONG, en busca de recursos para financiar sus actividades productivas. Únicamente un porcentaje mínimo se ha acercado a las cooperativas. La mayoría de empresarios que participaron en esta investigación afirman que las mayores dificultades que tuvieron al momento de solicitar un préstamo fueron los trámites y requisitos que solicitan las financieras, además consideran que las tasas de intereses que cobran son algunas de las causas por la que no utilizarían préstamos.

Abregú (2014) realizó una investigación en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (Pucallpa) sobre “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio - rubro compra y venta de calzado, del distrito de Calleria - Pucallpa, período 2012 – 2013” La investigación fue cuantitativa-descriptiva, para el recojo de la información se escogió en forma dirigida a 20 MYPE, a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas cerradas, aplicando la técnica de la encuesta concluyo que. El 60% manifestaron que el tipo de financiamiento es propio, y el 40% fue por financiamiento de terceros, el 83% manifestaron que el financiamiento que obtuvieron fue mediante entidades bancarias y el 17% mediante entidades no bancarias, el 33% manifestaron que obtuvieron el crédito financiero del Banco de Crédito, el 33% lo obtuvo del Banco Continental, el 17% del Scotiabank, y el

17% de Mi Banco, el 100% de los créditos recibidos fueron a corto plazo, el 83% manifestaron que los créditos otorgados fueron de corto plazo.

Castillo (2007) realizó una Investigación en la Universidad San Martín de Porras (Lima) Sobre “Efectos del financiamiento en las medianas y la pequeña empresas” Tipo de metodología cualitativa concluyó que la importancia que tiene la Mediana y Pequeña empresa en el país como fuente generadora de riqueza por ende la importancia que tiene un financiamiento eficaz para el desarrollo de las Medianas y Pequeñas empresas para lograr su capital de trabajo y poder desarrollar una competitividad absoluta. Se ha determinado que el buen funcionamiento del sistema de gestión administrativo permite una buena evaluación y efectividad de sus operaciones crediticias con todo tipo de empresas con la misión de emitir informes oportunos para lograr un retorno oportuno de los créditos dados por las ventas efectuadas. Se ha establecido que el estudio, evaluación y el apoyo que se debe darles a las Medianas y Pequeñas empresas en lo concerniente a su política de créditos es esencial porque de ella depende lograr una buena gestión e en los proyectos en que la empresa se embarcó. Teniendo en cuenta la relación que hay entre los plazos que otorga la política de créditos y el crecimiento de las ventas.

Santos (2015) realizó un estudio en la Universidad San Martín de Porras (Lima) Sobre “ El costo del financiamiento y su influencia en la gestión de las micro y pequeñas empresas metálicas del Perú, 2011-2014” Tipo de Metodología de la investigación Científica se llevó a cabo con la recopilación de información de diferentes especialistas, quienes con sus aportes ayudaron a dar solidez y consistencia al desarrollo de las variables: costo de financiamiento Concluyó que el costo del financiamiento afecta en la gestión de las micro y

pequeñas empresas metalmecánicas del Perú, debido a que contrae compromisos crediticios de fuentes no formales al inicio de sus actividades, cuyos intereses son muy elevados, sin determinar qué proyectos son prioritarios para la empresa.

Caldas (2014) realizó una investigación en la Universidad San Martín de Porras (Lima) sobre “Efectos del financiamiento en la gestión de las empresas de servicio en Lima metropolitana” Metodología no-experimental, de tipo descriptivo, explicativo, correlacional y a través de los resultados, concluyó que la evaluación financiera influye favorablemente en las políticas de las empresas de servicios en Lima Metropolitana. Se logró establecer que el respaldo financiero influye favorablemente en el logro de objetivos y metas en las empresas de servicios en Lima Metropolitana. Asimismo, la rentabilidad financiera incide favorablemente en las estrategias de gestión de las empresas de servicios en Lima Metropolitana, se pudo establecer que la política crediticia de financiamiento.

García (2012) realizó una investigación en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Chimbote) sobre la “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas (MYPES) del sector comercio - rubro distribuidoras de ropa y calzado distrito de Chulucanas, periodo 2011” la metodología de la investigación se utilizó el diseño no experimental – descriptivo la población de nuestro estudio estuvo conformada por un total de 11 micro y pequeñas empresas de Distribución de ropa y de Calzado, ubicados en la zona del distrito de Chulucanas. Concluyó que en el año 2010 y 2011 el 20% de los empresarios no solicitaron créditos. -En el año 2011 el 40% de los empresarios recibieron créditos de montos de entre 2,000 a 10,000 nuevos soles. En el año 2011 el 40% de los empresarios recibieron más

de 10,000 nuevos soles. El 100% de las Mypes encuestadas recibieron crédito del sistema bancario; siendo la el 100% la Entidad Financiera Edyficar Chulucanas. El 55% manifestaron que les otorgaron al 1.4 % de interés mensual y el 44.45% les otorgaron al 3.5% de interés mensual, el 100% de encuestados que si recibieron crédito financiero de las MYPE del sector Comercio en el rubro de distribución de ropa y de calzado manifestaron que solicitaron, Crédito financiero solo una vez en el año 2011. El 40% Manifestaron que el crédito financiero que obtuvieron lo invirtieron en Capital de trabajo, el 20% lo invirtieron en mejoramiento de local, mientras que el 40% en activos fijos. El 100% de encuestados que recibieron crédito financiero, manifestaron que las entidades financieras dentro de sus políticas de atención se encuentra el incremento de la rentabilidad.

Oliva (2014) realizo una investigación en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote (Sullana) sobre la “Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MYPES del sector comercial - rubro calzado de la provincia de Sullana, periodo 2014” la metodología de la investigación su nivel es descriptivo, con un diseño descriptivo - correlacional. La población está conformada por las 32 MYPE del Rubro calzado de la Provincia de Sullana donde la muestra está conformada por un total de 25 representantes de las MYPE, la técnica de recolección de datos es la encuesta, y el instrumento es el cuestionario Concluyo que En cuanto a la variable financiamiento: Las fuentes de financiamiento de las Micro y Pequeña empresa del rubro calzado, generalmente es a través de Cajas Municipales en un 52.0, % y los bancos en un 48.0%, el tipo de crédito generalmente es el de capital de trabajo en un 37%; con un plazo mayormente estimado entre 6 a 12 meses.

Rivas (2013) realizó una investigación en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote (Chimbote) sobre la “Caracterización del financiamiento de la micro y pequeña empresa del sector comercio - rubro compra/venta de calzado del distrito de Chimbote, periodo 2011 – 2012” La investigación fue descriptiva, para llevarla a cabo se escogió una muestra poblacional de 15 microempresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 25 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta. Concluyo que a) Casi la totalidad de la MYPE estudiadas financian sus actividades de comercio utilizando recursos financieros de terceros. b) Poco más de dos tercios de las MYPE que solicitaron créditos de terceros, lo hicieron del sistema no bancario. c) La mayoría de las MYPES estudiadas recibieron mayores facilidades en el otorgamiento de los créditos recibidos. d) Para poco más de dos tercios de las MYPE estudiadas que recibieron créditos de terceros, dichos créditos fueron de largo plazo. e) La totalidad de las MYPES que solicitaron créditos de terceros, les fueron otorgados en los montos solicitados. f) Poco más de dos tercios de las MYPE estudiadas utilizaron los créditos de terceros recibidos como capital de trabajo y no fue invertido en compra de activos

2.1.2 Competitividad

Castro (2011) realizó una Investigación en la Universidad Tecnológica de Pereira (Colombia) Sobre “Propuesta para determinar la competitividad en las empresas del sector comercial del área metropolitana centro occidente AMCO” el tipo de metodología es de tipo descriptiva, donde se identifican las características de las empresas comerciales y se analizan los modelos de competitividad existentes para finalmente diseñar una propuesta que permite medir o identificar la misma en diferentes empresas del sector y hacer

comparativos bajo las mismas variables de medición. Concluyó que en la actualidad siguen existiendo múltiples debates por parte de los analistas para llegar a un consenso en cuanto a la definición más apropiada del término “competitividad” y los principales factores que influyen en su determinación; no obstante, dichos intentos han sido en vano debido a la complejidad del concepto y a las numerosas perspectivas de los autores. Entre los elementos más destacados a lo largo de los años para explicar la competitividad se encuentran la productividad, rentabilidad, eficiencia, eficacia, precio e innovación.

Paiva (2013) realizó una investigación en la Universidad Internacional de Catalunya (España) Sobre “Las estrategias competitivas de las micro y pequeñas empresas detallistas ante la gran distribución” Utilizó la Metodología cuantitativa. Concluyó que Las micro y pequeñas detallistas no poseen suficiente preparación como para generar por sí mismos un cambio competitivo en sus negocios a partir de sus puntos fuertes y ventajas competitivas. La falta de profesionalización y de formación sobre temas relacionados con la administración y dirección de empresas impide a este micro y pequeñas empresario concebir una forma de competir planificada y estructurada. Estos detallitos no trabajan en base a técnicas desarrolladas a partir de estrategias concretas si no si no que trabajan en base a técnicas desarrolladas a través de la experiencia y aprendizaje personal no contractados. Que en la mayoría de los casos convierten prácticas comerciales y de marketing incorrectas en hábitos que perduran a lo largo de los años.

Solares (2014) realizó una Investigación en la Universidad Rafael Landívar (Guatemala) sobre “Servicios al cliente como ventaja competitiva en empresas comercializadoras de abarrotes en el Municipio de RETALHULEU” Se utilizó la Metodología experimental, El trabajo de investigación está dirigido principalmente a los clientes y personal del Supermercado Comisariato Central, comprendidos en edades desde 16 hasta 65 años sin importar sexo o nivel académico, simplemente elegidos al azar dentro de las instalaciones del supermercado, con una muestra de 384 personas. Concluyo que Las empresas en el medio, no se preocupan por la satisfacción total del cliente, ni lo ven como un valor agregado, el cual podría convertirse en una ventaja competitiva, solamente se ve como una herramienta poco necesaria y muy costosa, por eso solamente se enfocan en vender por medio de otras promociones y ofertas, principalmente por precio, lo cual no es un factor decisivo para fidelizar a los clientes de la empresa. Se determinó que las empresa no cuenta con ninguna ventaja competitiva sobre sus competidores directos, ya que el factor mejor calificado por los clientes en distintas empresas fueron los precios bajos, pero este factor lo posee más de una empresa en el medio, por lo que no es una ventaja competitiva porque es fácil de imitar, y no se logra retener clientes con esta estrategia.

Luquillas (2014) realizó un estudio en la Universidad San Martín de Porras (Lima) sobre “Gestión empresarial y competitividad en las MYPE del sector textil en el marco de la ley N° 28015 en el distrito de la victoria año 2013” la metodología de investigación no experimental, de carácter descriptivo, cuyo diseño metodológico es el transaccional. Concluyo que el mayor porcentaje de las empresas de este rubro no cuenta con una adecuada aplicación de los factores como tecnología, capacidad de gestión, logística empresarial e innovación lo que

no favorece la evaluación de la gestión empresarial. La gran mayoría de las empresas cuenta con un deficiente o inexistente planeamiento empresarial lo que hace que influya negativamente en el mercado local y extranjero. Un gran número de empresas no cuenta con una organización empresarial, lo que les lleva a dejar de lado oportunidades de atender grandes pedidos, desaprovechando la posibilidad de asociarse con otras empresas en el marco de la Ley N° 28015. La mayoría de las empresas no cuenta con una apropiada política empresarial, imposibilitando acceder a un financiamiento a través de las diversas entidades financieras

Espinoza, Espino, & Dario (2015) realizó la investigación en la Universidad Autónoma del Perú (Lima) sobre “Programa de calidad de servicio para obtener ventajas competitivas en la empresa de eventos Play Perú BTL LURÍN 2014” la metodología de la Investigación Descriptiva, el diseño es Pre-Experimental, la población está conformada por 20 trabajadores, donde la muestra es el 100% de la población y consta de 20 trabajadores. Se concluyó, que un 80% de confiabilidad, que el Programa de Calidad de Servicio logró incrementar la ventaja competitiva en los trabajadores de la empresa de eventos Play Perú BTL – 2014, este porcentaje de confiabilidad es visible gracias a la prueba T-Student realizada a los datos. Se evaluó la calidad de servicio en cuanto a la ventaja competitiva de la empresa de eventos Play Perú BTL. Se logró identificar qué se debe hacer para obtener ventaja competitiva respecto a la calidad de servicio en los trabajadores de la empresa de eventos Play Perú BTL. Se determinaron los factores limitantes por lo que no se logra la ventaja competitiva en la calidad de servicio de la empresa de eventos Play Perú BTL. El resultado obtenido asevera nuestra hipótesis la cual consistía en la elaboración de un Programa que consta de

sesiones que nos llevan a cumplir nuestros objetivos trazados, debido a esto se logró que las personas que laboran en la empresa de eventos Play Perú BTL puedan cambiar respecto a sus relaciones interpersonales como en su dedicación en el trabajo.

Ruiz (2011) realizó la investigación en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Pucallpa) Sobre “Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector pesquero-rubro piscigranjas de Paco y Gamitana, del distrito de Callería-periodo 2009-2010”. Utilizó la Metodología cuantitativa, no experimental, La población estuvo constituida por 10 micro y pequeñas empresas del sector pesquero - rubro piscigranjas de Paco y Gamitana del distrito de Callería, periodo 2009 – 2010. Concluyó que los empresarios encuestados manifestaron que las principales características de la competitividad de sus MYPES son: el 71% si ha mejorado su proceso de compra –venta y el 71% si ha mejorado los servicios de atención al cliente, el 86% si se ha preocupado por mejorar la calidad de los productos que vende, el 71% si ha preocupado por dar un mejor servicio que los de sus competidores, el 57% manifestaron que los clientes compran en su establecimiento por otros motivos no especificados en el cuestionario y el 71% manifestaron que si ha preocupado por mejorar los procesos de compra y venta de sus productos.

Bardales (2011) realizó una investigación en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote (Pucallpa) Sobre la “Características del financiamiento, la capacitación, la competitividad y la rentabilidad de las MYPE del sector comercio - rubro renovadoras de calzado del distrito de Callería, Provincia de Coronel Portillo periodo 2009- 2010”. La investigación fue descriptiva, para llevarla a

cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 8 MYPE de una población de 20, a quienes se les aplicó un cuestionario de 32 preguntas. Concluyo que el 100% de los encuestados, si ha mejorado su proceso de compra y venta, el 88% manifestaron que si ha mejorado los servicios de atención al cliente, el 100% de los encuestados si se ha preocupado por mejorar la calidad de los productos que vende, el 100% de los encuestados si se han preocupado por brindar un mejor servicio que el de sus competidores y el 88% manifestaron que los clientes compran en su establecimiento por el mejor servicio que brindan.

Oliveros (2013) realizo un estudio en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (Chimbote) sobre “La Caracterización de la competitividad de las MYPE del Perú: el caso de la panadería y pastelería El Manantial E.I.R.L. Nuevo Chimbote, 2013” Metodología de investigación cuantitativa. Concluyo que La mayoría de los autores revisados establecen que las MYPE del Perú son informales, utilizan tecnología de nivel artesanal o intermedio, no cuentan con mano de obra calificada y desconocen métodos o estrategias de gestión empresarial; asimismo, presentan bajos niveles de productividad y competitividad, y no tienen capacidad competitiva basada en la innovación. Sin embargo, algunas MYPE están mejorando sus procesos de compra-venta de los productos y servicios que ofrecen. Además, afirman que la capacitación influye en la gestión, los procesos productivos y calidad e innovación tecnológica La mayoría de los autores nacionales revisados solo se han dedicado a caracterizar la competitividad y establecer que las MYPE del Perú no son competitivas debido a que no aplican los factores explicativos de la competitividad; en cambio, la panadería y pastelería El Manantial E.I.R.L. sí es competitiva, porque aplica los factores explicativos de la competitividad empresarial.

Rujel (2015) realizó una investigación en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (Talara) sobre “Competitividad y mercadotecnia en las MYPE comerciales rubro calzado del mercado modelo La Parada–Talara, año 2015” metodología de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental, transversal. La población según la variable Mercadotecnia, está constituido por 33 trabajadores, según la variable competitividad, está constituido por una población infinita (clientes) con una muestra de 138 personas. Concluyo el 38% usa algún tipo de redes sociales para la publicación de su negocio. Según los trabajadores el 90% tienen experiencia en ventas, el 85% aplica algún tipo de estrategia para incrementar sus ventas. Según los clientes, el 90% consideraron que existe competencia entre las tiendas de calzado. Se ha determinado que las MYPE se preocupan por mantenerse en el mercado por la cual para mantener a sus clientes satisfechos hacen promociones, brindan muy buena calidad en sus productos. Con respecto a las estrategias de ventas que utilizan las MYPE comercial rubro calzado se determinó que son muy competitivas ya que cada una se preocupa por mantener satisfecho a sus clientes, bajando los costos, renovando sus productos, trayendo novedades, etc. Se recomienda seguir surtiendo el calzado dependiendo la ocasión y el modelo.

2.2 Marco teórico

2.2.1 Teoría del Financiamiento

Según Brealey (2007) se trata de adquirir el dinero que la empresa necesita para iniciar o realizar sus operaciones. Los cuales pueden conseguirse a través de recursos propios, generados en el transcurso de la operación de la empresa, y las aportaciones de los socios o a través de la financiación externa,

conseguidos de la generación de una obligación (deuda) que deberá cancelarse en un determinado plazo, el cual puede ser corto, mediano o largo.

Según Guere (2013) el financiamiento son los recursos monetarios financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que generalmente se trata de sumas de dinero tomadas a préstamos que complementa los recursos propios.

2.2.2 Fuentes de financiamiento

Según Jeanton (2013) existen dos fuentes de financiamiento:

- a. Finamieto interno:** Es cuando la empresa tiene la necesidad de adquirir capital adicional para cubrir la necesidad de la empresa. Es también el aporte de los socios, ya sea en efectivo, mercadería y bienes.
- b. Financiamiento externo:** Es la principal forma de obtener financiamiento, que no es más que el dinero que se recibe para hacer frente a una necesidad financiera y el que la entidad se compromete a pagar en un tiempo determinado y un interés, con o sin pagos parciales, y ofreciendo garantías a la entidad financiera que le aseguren el cobro del mismo. (Jeanton, 2013)

Según Navaez (2007) Las fuentes de financiamiento son:

- **Los ahorros personales:** la mayoría de negocios su principal fuente de financiamiento proviene de los ahorros y de los recursos personales.
- **Los amigos y los parientes:** Es otra forma de cómo conseguir dinero, esta forma puede ser con o sin interés o una tasa más baja, la cual es muy benéfico para iniciar las operaciones.

- **Bancos uniones de crédito:** Las entidades des financieras (bancos). Tales instituciones proporcionaran el crédito si usted demuestra que su solicitud está bien justificada.
- **Las empresas de capital de inversión:** estas prestan dinero a las compañías que están en crecimiento a cambio de acciones o interés parcial en el negocio.

2.2.3 Principales Instrumentos de Financiamiento Externo

Según Padilla (2011) los instrumentos de financiamiento externo son:

- a) **Préstamo:** La entidad financiera otorga al cliente una cantidad de dinero que este último se obliga a devolver al cabo de un corto o largo plazo de tiempo establecido que pueden ser mensuales, bimestrales o semestrales.

Ventajas.

- Si los banco son flexible en sus condiciones, habrá más probabilidades de negociar un préstamo que se ajuste a las necesidades de la empresa y obtener utilidades.
- Permite a las organizaciones estabilizarse en caso de apuros con respecto al capital. (Padilla, 2011)

Desventajas.

- Un banco muy estricto puede limitar indebidamente la facilidad de operación y actuar quebranto las utilidades de la empresa.
- Un Crédito Bancario arrastra tasa pasiva que la empresa debe cancelar esporádicamente al banco por concepto de intereses. (Padilla, 2011)

b) **Hipoteca:** Es un traslado condicionado de propiedad que es otorgado por el prestatario (deudor) al prestamista (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo. (Padilla, 2011)

Ventajas.

- Para el prestamista le es rentable obtener ganancia por medio de los intereses generados de dicha operación.
- Da seguridad al prestamista de no obtener pérdida al otorgar el préstamo.
- El prestamista tiene la posibilidad de adquirir un bien

Desventajas.

- Al prestamista le genera una obligación ante terceros.
- Existe riesgo de surgir cierta intervención legal debido al incumplimiento de pago.

c) **Acciones:** representan la participación patrimonial o de capital de un accionista dentro de la organización. (Padilla, 2011)

Ventajas.

- Las acciones preferentes dan el énfasis deseado al ingreso.
- Las acciones preferentes son particularmente útiles para las negociaciones de fusión.

Desventajas.

- El empleo de las acciones diluye el control de los actuales accionistas.
- El costo de emisión de acciones es alto.

d) **Bonos:** Es un instrumento escrito promesa incondicional, certificada, en la cual el prestatario promete pagar una suma especificada en una fecha determinada.

Ventajas.

- Los bonos son fáciles de vender ya que sus costos son menores.
- El uso de los bonos no diluye el control de los actuales accionistas.
- Mejoran la liquidez y la situación de capital de trabajo.

Desventajas.

- La empresa debe ser cuidadosa al momento de invertir en el mercado.

(Padilla, 2011)

e) **Arrendamiento Financiero (LEASING):** Es un contrato de arrendamiento (alquiler) de un bien que el cliente firma con la entidad financiera. (Padilla, 2011)

Ventajas.

- Es en financiamiento bastante flexible para las empresas.
- Evita riesgo de una rápida obsolescencia para la empresa ya que el activo no pertenece a ella.
- Los arrendamientos dan oportunidades a las empresas pequeñas en caso de quiebra.

Desventajas.

- Algunas empresas usan el arrendamiento para eludir las restricciones presupuestarias cuando el capital se encuentra racionado.
- Un contrato de arrendamiento obliga una tasa costo por concepto de intereses.
- La principal desventaja del arrendamiento es que resulta más costoso que la compra de activo.

2.2.4 Fuentes de financiamiento a corto plazo

Según Garza (2008) las fuentes de financiamiento sin garantías específicas se basan en fondos que logra la empresa sin mezclar los activos fijos específicos que sirven como garantía, entre ellos se encuentran las siguientes fuentes:

- espontáneas: cuentas por pagar
- bancarias: línea de crédito
- extra-bancarias: documentos negociables, anticipo a clientes y préstamos privados
- programas gubernamentales.
- las instituciones microfinancieras

2.2.5 Fuentes de Financiamiento Bancarias en el Perú

Según Bustamante (2015) existen cuatro entidades bancarias posicionadas en los créditos de las MYPE.

a) **BANCO SCOTIABANK:** Tiene como objetivo ofrecer productos y experiencias simples a los microempresarios.

- **Crédito de Garantía Líquida:** Es el tipo de solvencia que se destina a financiar la compra de insumos, o la adquisición de maquinaria, equipo y locales comerciales. El beneficiario tiene la ventaja de recibir asesoría financiera para optimizar el rendimiento de su dinero. (Bustamante, 2015)
- **Crédito para Capital de Trabajo:** Es el préstamo que se otorga para la compra de mercadería e insumos, los montos que van financiados desde S/. 500 hasta S/. 90,000. Este producto permite al beneficiario cancelar el préstamo hasta en 18 meses. (Bustamante, 2015)

- **Financiamiento para Inversiones:** Es la prestación que da el banco exclusivamente para las adquisiciones de máquinas, vehículos y locales comerciales. Los montos van desde S/ 1,500 hasta S/. 120,000 o su equivalente en dólares; se pueden pagar hasta en 72 meses.
- **Crédito para Proyectos de Infraestructura:** Es aquel préstamo que se hace para obras y/o adquisición de terrenos para mercados y galerías comerciales. Se dirige normalmente a asociaciones o grupos de personas pertenecientes a conglomerados que tienen tres años de antigüedad, su financiación va desde US\$1,000 hasta US\$25,000 de crédito individual por socio. (Bustamante, 2015)
- **Línea de Capital de Trabajo** Es una línea de crédito que tiene como finalidad financiar la mercadería de las MYPE por montos que van desde S/ 500 hasta S/ 90,000; al igual que en el anterior programa, se puede pagar hasta dentro de 60 meses. (Bustamante, 2015)
- **BANCO DE CREDITO DEL PERÚ (BCP):** El BCP es otra de las instituciones financieras que confieren créditos a las MYPE (Bustamante, 2015)
- **Crédito Paralelo** Es un crédito adicional que ofrece el banco a las MYPE. Los requisitos que se piden es que los prestatarios requieran de cantidades que sean como mínimo de S/.2, 000 o \$600
- **Leasing:** El leasing o arrendamiento financiero es una alternativa de financiamiento de corto plazo que permite obtener activos fijos al final del plazo el cliente tiene el derecho de ejercer la opción de compra por un valor que se ha pactado anticipadamente con la institución financiera. (Bustamante, 2015)

- **Financiamiento de Bienes Inmuebles:** Es un crédito en cuotas fijas que se va pagando según los pagos que realice el prestatario mensualmente. Se define por que se brinda en nuevos soles o en dólares, se financia hasta el 80% del valor del bien en algunos casos y llega a montos que van desde US\$ 1,430 hasta US\$ 100,000, otorgando un plazo de hasta 84 meses para su cancelación.
- **Financiamiento de Bienes Muebles:** Al igual que el financiamiento de bienes inmuebles, es un crédito en cuotas fijas que se va pagando según los pagos que ejecute el prestatario mensualmente puede ser pedido en moneda nacional o en dólares, desde US\$1,430 hasta US\$100,000, financiándose hasta el 100% del bien. El plazo que brinda el banco para cubrir el préstamo es hasta inclusive 60 meses.
(Bustamante, 2015)

b. BANCO INTERBANK: Otra de las instituciones bancarias de trayectoria conocida que solventa a las MYPE es el INTERBANK. (Bustamante, 2015)

- **Créditos para Persona Natural**
- **Créditos para Capital de Trabajo:** Es un préstamo rápido y simple que da la institución para que las personas inviertan en su establecimiento. Los requisitos: son tener un año de antigüedad, tener entre 25 y 69 años, y contar con una vivienda propia; de lo contrario debe presentar un aval. (Bustamante, 2015)
- **Crédito para Activo Fijo:** En esta línea se otorgan préstamos en soles o en dólares. Con un plazo hasta 48 meses para activos muebles y 60 meses para locales. Los requerimientos: tener una antigüedad mínima

de 18 meses; tener 25 y 69 años; si no cuenta con una vivienda debe presentar un aval. (Bustamante, 2015)

- **Créditos para persona Jurídica:** Al igual que en el otorgamiento de crédito para personas naturales ambos tipos de créditos que se ofrecen comparten ciertas características; estas son: Se presta hasta S/.40,000 ó US\$12,000 sin garantías; por el contrario, se presta hasta S/.100,000 ó US\$30,000 si se cuenta con garantía; para préstamos mayores es necesario que el beneficiario presente garantía inmueble; no se cobra comisión por desembolso; se realizan pre-pagos sin penalidad; se da hasta 90 días de período de gracia (según evaluación); se paga en cuotas fijas y se cuenta con seguro de desgravamen. (Bustamante, 2015)

c. **MI BANCO:** Es el primer banco privado especializado en el sector de micro finanzas, en el Perú:

- **Mi capital:** Es una prestación que realiza la entidad bancaria en soles o dólares a las MYPES por sumas desde S/. 1, 000 o US\$350, con un plazo de dos años para pagar y hasta 2 meses de gracia. (Bustamante, 2015)
- **Mi equipo:** Es una línea de crédito que se ofrece a los empresarios, en soles o dólares, por montos desde S/. 1,000 o US\$350, con un plazo de 3 años para cancelar en moneda nacional, y 5 años si es en la divisa norteamericana.
- **Leasing** Con este contrato de crédito a mediano plazo, los clientes solventan sus necesidades de compra de bienes muebles o inmuebles obteniendo beneficios con el manejo financiero y tributario. (Bustamante, 2015)

- **Crédito con Garantía Líquida:** Es un crédito que se ofrece para que la persona haga crecer su negocio o para cubrir sus gastos familiares. Al igual que en los demás empréstitos, puede ser otorgado en soles o dólares, desde S/. 1,000 o US\$350, garantizado con depósito a plazo al 100%. Entre los requisitos que exige la entidad es que las personas tengan entre 23 y 69 años de edad, abrir o tener un Certificado de Depósito (el CDN garantiza el crédito que será otorgado) y registrar buena calificación en el sistema financiero nacional. (Bustamante, 2015)

2.3.1 Competitividad

Según Porter (2005) afirmaba que la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo. Para hablar de competitividad, Porter, habría que irse a la empresa, y al sector, e identificar cuáles son los factores que determinan que las empresas generen valor añadido y que ese valor se venda en el mercado, y si realmente esos factores son sostenibles en el mediano y largo plazo.

Según Revilla (2013) señala que competencia es capacitar para tomar decisiones en diversas situaciones y apunta además que "la competencia es un estilo global de actuar, y asimilar la realidad. El conocimiento en la formación politécnica y profesional. Señala que competencia es la capacidad para realizar una actividad o tarea profesional determinada, conocimientos, actitudes y valores, que guían la toma de decisiones, la acción y las habilidades.

Merino (2014) define a la competitividad como el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes, que se aplican en el desempeño de la productiva. La que tiene en cuenta el conjunto de elementos que necesita el trabajador en el desempeño en el

medio laboral. Se trata de modernizar y profesionalizar las relaciones laborales y la gestión de recursos humanos a través de la capacitación y los procesos de innovación en las empresas.

2.3.2 Características de la competitividad

Según Hernández (2013) existen 5 características que convierten a las empresas competitivas y provocan que se destaquen en la sociedad y el mundo de los negocios.

- **Motiva a sus empleados:** Es considerada un estado íntimo que activa, dirige y mantiene la conducta. Según los especialistas, cuando una empresa motiva a sus empleados haciéndolos sentir valiosos sin importar su puesto o cargo, el personal comienza a considerarse parte de la misma.
- **Cree en la innovación:** Los expertos explican que una empresa no puede cerrarse en la antigüedad, debe de innovar y mejorar las prácticas, tanto técnicas como de relaciones humanas.
- **Es una figura líder:** según los especialistas, cuando una entidad influye en cada una de las personas que forman parte de ella, hace que el equipo trabaje con entusiasmo, logrando las metas y objetivos.
- **Comparte el conocimiento:** Los empresarios no deben limitarse a compartir sus conocimientos. Cuando usted da a conocer lo que sabe a los demás es admirado y respetado
- **Es realista:** Una empresa competitiva siempre sabe en qué posición se encuentra y a partir de dicha información, toma las medidas pertinentes para que surjan los cambios.

Características de las empresas competitivas

Según Soto (2015) la competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la suma del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo la productividad. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país.

La ventaja competitiva se manifiesta de diversas formas. Una excelente imagen, buen producto, ubicación privilegiada o simplemente de un precio más bajo que el de los competidores (Soto, 2015)

- Eficiencia: productividad y control de costos.
- Calidad: durabilidad y estética del producto.
- Innovación: diferenciación, agilidad y flexibilidad.

Con estas características exige una transformación profunda en siete aspectos esenciales: (Soto, 2015)

- Gerencia o dirección estratégica
- Información oportuna
- Innovación permanente

2.3.3 Tipos de competitividad en las empresas

Según Porter (2004) existen cuatro tipos:

- **Incipiente:** La empresa es altamente vulnerable a los cambios del medio actúa según las presiones del mercado y estado de humor de sus dueños, la aplicación de los principios de competitividad es prácticamente nula y tiene poco control, reaccionando más bien por intuición a los cambios del medio ambiente tanto interna como externamente.

- **Aceptable.** Se han subsanado los principales puntos de vulnerabilidad. los principios de competitividad se aplican aceptablemente, y aunque no se dominan totalmente, es claro que para seguir compitiendo se requiere fortalecerlos
- **Superior.** La empresa comienza a ocupar un liderazgo y se caracteriza por el nivel de innovación que lo protege dentro de su mercado. Los principios de competitividad, se mantiene despierta y reacciona inmediatamente a cualquier cambio. Aunque de manera equilibrada pone atención a los principios de competitividad, mayor énfasis a la cultura organizacional para lograr anivelar el pensamiento, sentimiento y accionar de todo el personal.
- **Sobresaliente.** La empresa que se encuentra en esta etapa es considerada como visionaria, por la generación de tecnología, sirviendo de benchmark al resto de la industria, pues ella es la que va generando los cambios y las demás se van adaptando a ellos. En esta etapa, la organización vive en una amenaza constante por parte de los competidores.

2.3.4 Factores de la competitividad

Según Porter (2005) existen cuatro factores que pueden ser determinantes en la competitividad:

- **La dotación del País:** En términos de cantidad y calidad de los factores productivos básicos (fuerza de trabajo, recursos naturales, capital e infraestructura), así como de las habilidades, conocimientos y tecnologías
- **La naturaleza de la Demanda Interna en relación con la oferta del aparato productivo nacional:** en particular, es relevante la presencia de

demandantes exigentes que presionan a los oferentes con sus demandas de artículos innovadores y que se anticipen a sus necesidades.

- **La existencia de una estructura productiva conformada por empresas de distintos tamaños:** pero eficientes en escala internacional, relacionadas horizontal y verticalmente, que aliente la competitividad mediante una oferta interna especializada de insumos, tecnologías y habilidades para sustentar un proceso de innovación generalizable a lo largo de cadenas productivas.
- **Las condiciones prevalecientes en el país en materia de creación, organización y manejo de las empresas:** así como de competencia, principalmente si está alimentada o inhibida por las regulaciones y las actitudes culturales frente a la innovación, la ganancia y el riesgo.

2.3.5 Las 5 fuerzas de Porter:

Según Porter (2008) las 5 fuerzas son

- **Amenaza de la entrada de los nuevos competidores.** Es una de las fuerzas más conocidas y que se usa en la industria para descubrir empresas con las mismas tipos económicos o con productos idénticos en el mercado.
- **Poder de negociación de los proveedores.** Brinda a los proveedores de la empresa, las herramientas necesarias para lograr un objetivo.
- **Poder de negociación de los compradores.** En un punto donde se tienen trabas cuando los compradores cuentan con un producto que tiene varios sustitutos en el mercado o que puede llegar a tener un costo más elevado que otros productos. Si los compradores están bien organizados, esto hace que sus exigencias sean cada vez más altas y que exijan incluso una reducción de precios más grande. (Porter M. , 2008)

- **Amenaza en tus ingresos por productos sustitutos.** En este punto, la empresa comienza a tener serios inconvenientes cuando los productos sustitutos comienzan a ser reales y más baratos que de los que vende la empresa inicial. Esto hace que dicha empresa tenga que disminuir en sus precios, lo que lleva a una reducción de ingresos. (Porter M. , 2008)

Porter dijo en su libro que las seis barreras de entrada antes nombradas serían muy útiles si se aprenden a usar:

- a) **La economía de escalas.** Los volúmenes en las empresas permiten que los costos se disminuyan, lo que la posibilidad de volver a ser competitivos en el mercado. (Porter M. , 2008)
- b) **La diferenciación de productos.** Si se posiciona el producto claramente en el mercado ofreciendo algo diferente se puede revalorizar ante los compradores, al ver tu producto de mejor calidad. (Porter M. , 2008)
- c) **Las inversiones de capital.** En caso de problemas, la empresa puede mejorar su situación con una inversión de capital en sus productos lo que puede hacer que sobreviva ante empresas similares. (Porter M. , 2008)
- d) **Desventaja de costos.** Esta defensa juega a favor cuando las empresas no pueden luchar con el precio de nuestros productos por que cuentan con costos más elevados. (Porter M. , 2008)
- e) **Acceso a los Canales de Distribución.** Cuando una empresa cuenta con varios medios de distribución es difícil que puedan aparecer competidores y sobre todo que los proveedores acepten el producto. Esto implicaría para las empresas tener que compartir costos de promoción, distribución y disminuir el precio. (Porter M. , 2008)

- f) **Política gubernamental.** Este punto puede jugar a favor, ya que en muchos puntos, gubernamentales son las que impiden la llegada de nuevos competidores. Esto está regulado por leyes muy estrictas.
- g) **Rivalidad entre competidores.** En este punto se puede competir con otras empresas de la misma industria que te dan el mismo producto. (Porter M. , 2008)

Esta rivalidad da como resultado: Que existan una cantidad de competidores más grande, crecimiento sea lento, los costos de almacenamiento más elevados, productos no llegue a los clientes.

La rivalidad se define por que los competidores están enfrentados y que ambos usan grandes estrategias. Además, por la intensidad de la empresa para llevar a cabo sus proyectos, la forma que emplea su imaginación para poder superar a las empresas a su alrededor, destacando con sus productos. (Porter M. , 2008)

2.3.6 La Ventaja Competitiva de Michael Porter

Según Porter (2010) describió la competitiva, como la acción ofensivas o defensivas de una empresa para crear un posicionamiento aceptable dentro de una industria, acciones que dan la respuesta a las cinco fuerzas competitivas determinantes de la naturaleza y el grado de competencia que rodeaba a una empresa y que como resultado, buscaba un importante rendimiento sobre la inversión detecto tres estrategias que pueden usarse individualmente o en conjunto.

- a) **El liderazgo en costos:** Es una estrategia muy sonada en la década de los 70, debido al conocimiento de la curva de experiencia. Mantener el costo más bajo frente a los competencia y lograr ventas. Por lo tanto la calidad,

servicio, la reducción de costos, la construcción eficiente de economías de escala, el rígido control de costos y muy particularmente de los costos, eran materia de investigación constante. (Porter, 2010)

- b) La diferenciación: Es crear un producto o servicio fuera de lo común percibido en toda la industria como único. La diferenciación se creía como la barrera contra la competencia digno a la lealtad de la marca. Diferenciarse significaba ofrecer participación de mercado e involucrarse en actividades de investigación, diseño del producto, materiales de alta calidad o incrementar el servicio al cliente. diseño e imagen de marca, tecnología entre muchas otras. (Porter, 2010)
- c) El enfoque: consiste en reunir un grupo de clientes, en un segmento de productos o en un mercado determinado. La estrategia se basaba en que la empresa esté en condiciones de servir a un objetivo necesario más reducido en forma más eficiente de los competidores. Como resultado, la empresa se diferencia en atender las necesidades de un mercado específico, o reduciendo (Porter, 2010)

Hipótesis

(Hernandez, 2012) Para el presente estudio no se formularon hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad. La investigación es de tipo descriptiva

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y nivel de investigación.

a. El tipo de investigación

Descriptivo porque la investigación está orientada al descubrimiento de las propiedades particulares del hecho o situación problemática y también a la determinación de la frecuencia con que ocurren los hechos o situación problemática.

Según Hernandez (2010) la investigación descriptiva busca especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a análisis es medir o recoger información sobre la variable estudiada.

b. El nivel de investigación

Cuantitativa, porque son las que pueden expresarse numéricamente Usa la recolección de datos para probar la hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

Según Melo (2011) la investigación cuantitativa es aquella que recoge la información objetivamente mesurable, señala que las técnicas cuantitativas de obtención de información requieren de apoyo matemático y permiten la cuantificación del resultado. Son utilizadas fundamentalmente para obtener datos primarios sobre todo de características, comportamientos y conocimientos.

Diseño de la investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizará el diseño no experimental – transversal

a) No experimental

La investigación que se utilizó fue no experimental porque se realizará sin manipular deliberadamente las variables, se observará el fenómeno tal como se encuentra dentro de su contexto.

Según Hernández (2012) la investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es investigación donde no va variar intencionalmente las variables independientes. La investigación no experimental se observa los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

b) Transversal, porque la información se recopila única vez en un periodo delimitado en el tiempo y de una población definida y en consecuencia sus resultados son generalizables a dicho momento y dicha población

3.2.- Población y Muestra

Población:

La población que se está investigando pertenece al sector rubro compra y venta de calzado en el mercado central del distrito de TAMBOGRADE Provincia de PIURA, en un total de 10 micros y pequeñas empresas ubicadas en la nave “unión” del mercado de Tambogrande.

Contreras (2014) Es el conjunto de personas con características, que son sujetos de estudio la muestra es la parte representativa de la población objeto de estudio.

Cuadro 1

RELACIÓN DE MYPES INVESTIGADAS					
ITEM	NOMBRE DE MYPE	REPRESENTANTE	DIRECCION	RUC	N° TRABAJADORES
1	ZAPATERIA “EBENEZER	MILAGROS DEL JESUS PALACIOS SILUPU	(PUESTOS N°53-B) NAVE UNION	10027974690	1
2	CALZATURE “MI CAUTIVO”	JOSE DAVID NIMA RIVAS	(PUESTOS N°10) NAVE UNION	10474689196	1
3	ZAPATERIA “BETO”	ULIBERTO JUAREZ JUAREZ	(PUESTOS N°8) NAVE UNION	10028558762	1
4	ZAPATERIA “LIAN DAVID”	DAVID JUAREZ JUAREZ	(PUESTOS ANEXO N°2) NAVE UNION	10429766023	1
5	CALZATURE “JUNIOR EDUAR”	EDUARDO JUAREZ JUAREZ	(PUESTOS N 15) NAVE UNION	10804779154	1
6	CALZATURE “DEYVIS”	JUAN DEYVIS JUAREZ JUAREZ	(PUESTOS ANEXO N°30 B) NAVE UNION	10455772252	1
7	CALZATURE “ALEX”	ALEX MARTIR JUAREZ JUAREZ	(PUESTOS N° 23) NAVE UNION	10421187512	1
8	ZAPATERIA “NALLELY”	GLADYS CORONADO HERNANDEZ	ASOCIACION NIÑO JESUS (PUETO N°15) MERCADO CENTRAL	10027445522	1
9	COMERCIAL “LOS HERMANOS”	ROSA PALACIOS HUERTAS	(PUESTOS N° 39) NAVE UNION	10027505461	1
10	ZAPATERIA “MI SOCORRO”	YIMI LLATAS	(PUESTOS N° 37) NAVE UNION	10102381454	1
10	TOTAL				10

Elaboración propia

Muestra:

Sampieri (2010) indica que cuando la muestra es igual o menor a 50 individual se iguala N a m es decir $N = m$, por ello para la variable financiamiento La población es finita y está constituida por las 10 MYPE del rubro.

Guerra (2016) determina que cuando el número de elementos no tiene un tamaño exacto o definido se considera infinito, por ello para la variable competitividad la población es infinita

Según Ochoa (2013) la fórmula es:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Dónde:

Z^2 = Grado de confiabilidad (1.96);

e = Margen de error (5%);

p = Probabilidad que ocurra (0.5);

q = Probabilidad que no ocurra (0.5)

Por lo que el tamaño de la muestra será: $n = 384$ clientes.

Criterios de inclusión:

Se incluye a los Clientes mayores de 18 años de ambos género

Criterios de exclusión:

Se excluye a encargados momentáneos de las MYPE

Se excluye a los trabajadores eventuales como estibadores que llegan a dejar mercadería

3.3 Definición de operacionalización de variables

3.3.1 Matriz de operacionalización

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Definición de operaciones	Fuente	Escala	Metodología
Financiamiento	Según Brealey, (2007) se trata de adquirir el dinero que la empresa necesita para iniciar las inversiones y realizar sus operaciones. Los fondos se pueden conseguir a través de recursos propios, emisión de acciones o a través de la financiación ajena, captación de recursos externos, conseguidos de la generación de una (deuda) que deberá cancelarse en un determinado plazo, el cual puede ser corto, mediano o largo.	Características	Financiamiento	La dimensión de las características del financiamiento se medirá con sus indicadores financiamiento, monto, interés. Con el método de la encuesta y su instrumentó el cuestionario en aplicación directa y personalizada	Propietarios	Nominal	TIPO DE LA INVESTIGACION: Descriptivo NIVEL DE LA INVESTGACION: Cuantitativa DISEÑO: No experimental, corte trasversal
			Monto		Propietarios	Cuantitativa	
			Interés		Propietarios	Nominal	
		Fuentes	Bancario No Bancario	La dimensión de las fuentes del financiamiento se medirá con sus indicadores bancario, no bancario, corto y largo plazo. Con el método de la encuesta y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada	Propietarios	Nominal	
			Corto plazo Largo plazo		Propietarios	Nominal	
		Tipos	Internas Prestamos amigos familia Aporte de socios Mercaderías	La dimensión de los tipos del financiamiento se medirá con sus indicadores internas y externas créditos personales prestamistas Con el método de la encuesta y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada	Propietarios	Nominal	
			Externas Crédito personal Crédito bancario Hipoteca Prestamistas		Propietarios	Nominal	

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Medición Operacional	Fuente	Escala	Metodología
Competitividad	Según Porter (2008). Afirmaba que la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. Para hablar de competitividad, continúa Porter, habría que irse a la empresa, y al sector, e identificar cuáles son los factores que determinan que las empresas generen valor añadido y que ese valor se venda en el mercado, y si realmente esos factores son sostenibles en el mediano y largo plazo.	Características	Motiva a sus empleados	La dimensión de las características se medirá con sus motivación , conocimiento Con el método de la encuesta y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada	Cientes	Nominal	TIPO DE LA INVESTIGACION: Descriptivo NIVEL DE LA INVESTGACION: Cuantitativa DISEÑO: No experimental, corte transversal
			Comparte conocimiento		Cientes	Nominal	
		Ventajas	Innovación	La dimensión de las ventajas se medirá con sus indicadores. Motivación, calidad. Con el método de la encuesta y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada	Cientes	Nominal	
			Calidad		Cientes	Nominal	
		Estrategias	Poder de negociación de los compradores.	La dimensión de las estrategias se medirá con sus indicadores poder de negociación compradores, productos sustitutos Con el método de la encuesta y su instrumento el cuestionario en aplicación directa y personalizada	Cientes	Nominal	
			Entrada de Productos sustitutos		Cientes	Nominal	

3.4 Instrumentos

a) Encuesta:

Se va realizar a través de un cuestionario, con la finalidad de recoger datos de la MYPE rubro compra y venta de calzado del Distrito de TAMBO GRANDE al 2017”, a través de ella podemos obtener la información que requerimos para llegar a la conclusión de nuestro estudio.

b) Instrumentos

Cuestionario: Será aplicado a 10 propietarios y 384 clientes de las MYPE del rubro ferretería del mercado central de Tambogrande.

Arias (2006) la técnica de recolección de datos tiene que ver con el procedimiento o forma utilizada para obtener datos o información, el cuestionario como instrumento de medición, se denomina así porque debe ser llenado por el encuestado sin intervención del encuestador

3.5. Plan de análisis.

Se aplicará el Programa SPSS V.21 de los cuales se realizó el análisis e interpretación de los datos, para la discusión de resultados y la elaboración de las conclusiones, y recomendaciones Además para la elaboración de la tabulación, análisis y la interpretación de los datos se ejecutaron haciendo uso de los programas Microsoft Office Excel 2010

Cruz (2009) esta etapa consiste en procesar los datos dispersos, desordenados, obtenidos de la población objetivo de estudio durante el trabajo de campo Para el procesamiento de datos, se hará uso de la estadística Los materiales requeridos son: Una PC, Software estadístico, Formato de entrevista estructurada, Internet.

3.6 Matriz de Consistencia:

Título	Problema general	Objetivo general	Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnicas / Instrumento
Caracterización del financiamiento y la competitividad de las MYPES rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande- Piura, Año 2017	Cuáles son las características del financiamiento y la competitividad de las MYPES rubro compra y venta calzado del mercado central de Tambogrande- Piura, Año 2017	<p>Determinar las características del financiamiento y la competitividad de las MYPES rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande –Piura año 2017</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>a) Conocer las fuentes de financiamiento que emplean las MYPES rubro compra y venta de calzado del mercado de Tambogrande Piura al 2017</p>	Financiamiento	Según Brealey, (2007) se trata de adquirir el dinero que la empresa necesita para iniciar las inversiones y realizar sus operaciones. El financiamiento puede ser corto, mediano o largo.	Características	Monto Interés	Encuesta Cuestionario
					Fuentes	Bancarias No Bancarias Corto plazo Largo plazo	Encuesta Cuestionario
					Tipos	<p>Internas: Aporte de socios Capital Mercaderías</p> <p>Externas: Bancarios No bancarios Financiero Préstamos Hipoteca</p>	Encuesta Cuestionario

		<p>b) Identificar el tipo de financiamiento externo en las MYPES rubro compra y venta de calzado del mercado de Tambogrande Piura al 2017</p> <p>c) Identificar las ventajas de la competitividad de las MYPES rubro compra y venta de calzado del mercado de Tambogrande Piura al 2017</p> <p>d) Determinar las estrategias competitividad que utilizan las MYPES rubro compra y venta de calzado del mercado de Tambogrande Piura al 2017</p>	Competitividad	<p>Según Porter (2008). Afirmaba que la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. Para hablar de competitividad, continúa</p>	<p>Características</p>	<p>Motiva a sus empleados</p> <p>Comparte el conocimiento</p> <p>Es líder</p>	Encuesta Cuestionario
					<p>Ventajas</p>	<p>Innovación</p> <p>Tecnología</p> <p>Calidad</p>	Encuesta Cuestionario
					<p>Estrategia</p>	<p>Poder de negociación de los compradores.</p> <p>Entrada de Productos sustitutos</p>	Encuesta Cuestionario

Matriz de instrumentos

Variable	Dimensión	Indicadores	Preguntas	Respuestas
Financiamiento	Características	Cantidad de créditos	¿Hasta cuantos créditos bancarios ha manejado?	a) 1 b) 2 c) 3 d) 4
		Tiempo	¿Con que rapidez atiende su créditos?	a) 1 Semana b) 2 Semanas
		Monto	¿Cuánto fue el monto que solicito?	a) 2,000.00 b) 5,000.00 c) 5,000.00 d) 10,000.00
			¿Cuánto es el monto aprobado?	a) 2,000.00 b) 5,000.00 c) 10,000.00 d) 20,000.00
	fuentes	Bancario	¿Qué tipo de financiamiento utiliza?	a) Bancario b) No bancario
		No Bancario	¿A solicitado crédito a entidades financieras?	b) Si b) No
			¿A qué entidad ha solicitado créditos?	a) Mi Banco b) Scotiabank c) Caja Sullana d) Confianza
		Corto plazo	¿Su crédito fue a corto plazo?	a) Si b) No
		Largo plazo	¿Su crédito fue a largo plazo?	a) Si b) No
	tipos	Externas	¿A prestado dinero a prestamistas?	a) Si b) No
		Prestamistas	¿Con que frecuencia presta dinero a prestamistas?	a) Semanal b) Quincenal c) Mensual
			¿Le cobran algún tipo de interés los prestamistas?	a) Si b) No
		Hipoteca	¿A solicitado créditos hipotecarios?	a) Si b) No

Variable	Dimensión	Indicadores	Preguntas	Respuestas
Competitividad	Características	Motiva a sus empleados	¿Percibe que se motiva a los trabajadores?	a) Si b) No
		Comparte el conocimiento	¿La atención sé que le brindan es buena?	a) Si b) No
	Ventaja	Cree en la innovación	¿Se innova en los productos que le brindan?	a) Si b) No
			¿Con que frecuencia se ve que innova los productos?	a) Semanal b) Quincenal c) Mensual
			¿Se innova la infraestructura del establecimiento?	a) Si b) No
		Calidad	¿Los productos que le brindan son de buena calidad?	a) Si b) No
			¿El producto es duradero?	a) Si b) No
	Estrategia	Poder de negociación de los compradores.	¿Le ofrecen descuento a la hora de adquirir un producto?	a) Si b) No
		Entrada de Productos sustitutos	¿Encuentra productos sustitutos?	a) Si b) No

3.7 Principio Éticos

El estudio que se realizó deja constancia que no hay ningún tipo de conflicto entre el investigador; las MYPE ya que los datos fueron de uso público proporcionados por los propios dueños, se hizo con profesionalismo y se buscó realizar con datos reales, sin quebrar los principios de confidencialidad y respeto a la persona y serán solo de uso académico.

- Para el recojo de información no se ha obligado ni retribuido económicamente a los encuestados para obtener información.
- Se ha guardado confidencialidad de las personas que brindaron la información. Se ha citado a los autores de acuerdo a las normas APA.

IV. RESULTADOS

4.1 RESULTADOS

4.1.1 Datos generales del trabajador de las MYPE

Tabla 01: Edad

Edad (años)	Frecuencia	Porcentaje
18 -30 años	2	20%
31 - 40 años	2	20%
Más de 40años	6	60%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

Tabla 02: Genero

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	6	60%
Femenino	4	40%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

Tabla 03: Grado de instrucción

Grado de Instrucción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	0	0%
Secundaria	5	50%
Superior	5	50%
Universitario	0	0%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

Tabla 04: Ocupación

Profesión u ocupación	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	0	0%
Comercio	10	100%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

Tabla 05: Estado civil

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	4	40%
Casado	2	20%
Conviviente	4	40%
Divorciado	0	0%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

Tabla 06: Años en el rubro

Tiempo del negocio	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	0	0%
01-05 años	1	10%
06 -10 años	3	30%
Más de 10 años	6	60%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

Tabla 07: Formalidad

Formalidad de las MYPES	Frecuencia	Porcentaje
Formal	10	100%
Informal	0	0%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

Tabla 08: Trabajadores eventuales

N° de trabajadores	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	1	10%
1 Trabajador	3	30%
2 Trabajadores	6	60%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

Tabla 09: Motivos de formación

Formación por:	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	0	0%
Obtención de ganancias	7	70%
Subsistencia	3	30%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

4.1.2 Variable financiamiento

Tabla 10: Tipo de financiamiento

Su financiamiento es:	Frecuencia	Porcentaje
Financiamiento bancario	6	60%
Financiamiento no bancarios	2	20%
No utiliza financiamiento	2	20%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

Tabla 11: Solicito crédito

Solicitud de crédito	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	70%
No	3	30%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

Tabla 12: Entidad

Institución Financiera	Frecuencia	Porcentaje
Mi Banco	4	40%
Scotiabank	1	10%
Caja Piura	2	20%
Confianza	3	30%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

Tabla 13: Cuántos créditos

Créditos	Frecuencia	Porcentaje
1 crédito	2	20%
2 créditos	4	40%
3 créditos	1	10%
Más de 3 cedritos	3	30%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

Tabla 14: Rapidez de atención

Atención de Créditos	Frecuencia	Porcentaje
1 semana	10	100%
2 semanas	0	00%
No precisa	0	00%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

Tabla 15: Monto solicitado

Montos	Frecuencia	Porcentaje
2,000.00	2	20%
5,000.00	2	20%
10,000.00	3	30%
20,000.00	3	30%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

Tabla 16: Crédito a largo plazo

Largo plazo	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	70%
NO	3	30%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

Tabla 17: Prestamistas informales

Prestamistas	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	60%
NO	4	40%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

Tabla18: Interés de informales

Interés	Frecuencia	Porcentaje
5%	4	40%
10%	2	20%
No trabaja con prestamistas	4	40%
Total	10	100%

Fuente: encuesta aplicada a los representantes legales de las MYPE
Elaboradora por el investigador

4.1.3 Variable Capacitación

Tabla 19: Motivación a los trabajadores

Motivan	Frecuencia	Porcentaje
SI	242	63%
NO	142	37%
Total	384	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes
Elaboradora por el investigador

Tabla 20: La atención es buena

Atención	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	26	7%
SI	263	68%
NO	95	25%
Total	384	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes
Elaboradora por el investigador

Tabla 21: Innovación de Productos

Innovan	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	39	10%
SI	273	71%
NO	72	19%
Total	384	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes
Elaboradora por el investigador

Tabla 22: Frecuencia con la que innovan

Innovan	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	86	22%
Quincenal	188	49%
Mensual	110	29%
Total	384	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes
Elaboradora por el investigador

Tabla 23: Innova la infraestructura

Innovan	Frecuencia	Porcentaje
No precisa	63	16%
SI	123	32%
NO	198	52%
Total	384	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes
Elaboradora por el investigador

Tabla 24: Descuentos

Descuento	Frecuencia	Porcentaje
SI	352	92%
NO	32	8%
Total	384	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes
Elaboradora por el investigado

Tabla 25: Productos sustitutos

Productos	Frecuencia	Porcentaje
SI	297	77%
NO	87	23%
Total	384	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes
Elaboradora por el investigador

Tabla 26: Calidad

Productos	Frecuencia	Porcentaje
SI	319	83%
NO	65	17%
Total	384	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes
Elaboradora por el investigador

Tabla 27: Productos duraderos

Productos	Frecuencia	Porcentaje
SI	319	83%
NO	65	17%
Total	384	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes
Elaboradora por el investigador

4.2 Análisis de Resultado

Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las MYPE del ámbito de estudio

En la tabla 1 denominada “Edad de los representantes de las MYPE” se observa que el 60% son adultos mayores de 40 años, el 20% están en la edad de 31-40 y el 20% están en 18-30 años

En la tabla 2 denominada “Sexo de los representantes de las MYPE” se observa que el 60% de los propietarios de las MYPES son varones y el 40% son mujeres.

En la tabla 3 denominada “Grado de instrucción de los representantes de las MYPE” se observa que el 50 % solo han estudiado secundaria y el 50 % solo han estudiado carreras técnicas.

En la tabla 4 denominada “Ocupación de los representantes de las MYPE” se observa que el 100% de los propietarios se dedican a la comercio

En la tabla 5 denominada “Estado civil de los representantes de las MYPE” se observa que los dueños de las MYPES el 40% son solteros, el 40% son convivientes y el 20% son casados

En la tabla 6 denominada “Años en el rubro de los representantes de las MYPE” se observa que 60% tiene más de 10 años, el 30% que tienen entre 06-10 años y el 10% tiene entre 01- 05 años coincide con Abregú (2014) el 34% tiene más de siete años en rubro empresarial, el 20% un año, el 20% dos años, el 13% tres años, y el 13% entre cinco y siete años en el rubro. Por otro lado, Sunat ya que en la consulta RUC nos brinda el tiempo que lleva en el rubro

En la tabla 7 denominada “Formalidad de los de las MYPE” se observa que 100% de las MYPES encuestadas son formales coincide con Abregú (2014) que el 93% son formales, y el 7% son informales dedicadas al rubro compra y venta de calzados Por otro lado, Sunat podemos constatar si es que las MYPES estas inscritas en sunat , es decir, realizan su negocio de acuerdo a las normas establecidas

En la tabla 8 denominada “Trabajadores eventuales de las de las MYPE” se observa que el 60% cuenta con 2 trabajadores eventuales, el 30% cuenta con al menos 1 trabajador eventual y el 10% no cuenta con trabajadores, coincide con Abregú (2014) el 33% manifestó que tiene dos trabajadores eventuales

En la tabla 9 denominada “Motivos de formación de las MYPE” se observa que el 70% que fue por la obtención de ganancias y en 30% que fue por subsistencia. Lo que coincide con Abregú (2014) el 53% el motivo de la formación de la mypes fue por subsistencia. Estos resultados estarían implicando que, estas MYPES ya han pasado el periodo de incertidumbre. Es decir, ya están seguras de permanecer en el mercado se formaron con la finalidad de obtener ganancias, por lo tanto, independientemente de que las Mypes funcionen o no, los propietarios tienen asegurado sus ingresos de subsistencia.

4.2.1 De acuerdo a la variable Financiamiento

En la tabla 10 denominada “Tipo de financiamiento de las MYPE” se observa que el 60% utiliza financiamiento bancario lo que Coincide con Ruiz (2011) que el 100% de encuestados manifestaron que el financiamiento que obtuvieron fue mediante entidades bancarias. Por otro lado, Guere (2013) coincidera que el financiamiento está dado por los recursos monetarios necesarios para llevar a cabo una actividad económica. Las MYPES que trabajan con las entidades bancarias son las que están constituidas formalmente y cumplen con todos los requisitos que estas exigen para otorgar un crédito

En la tabla 11 denominada “Solicitud de financiamiento de las MYPE” se observa que el 70% solicitaron en el 2017 créditos bancarios lo que coincide Ajtun (2014) que el 100% de estas empresas acuden a bancos en busca de préstamos. Por otro lado, Navaez (2007) coincidiera que las fuentes más comunes son las entidades financieras (bancos). Tales instituciones proporcionarían el crédito si usted demuestra que su solicitud está bien justificada. Las MYPES solicitaron créditos para la campaña escolar.

En la tabla 12 denominada “Entidad a la que solicito financiamiento” se observa que el 40% solicitó créditos a la entidad Mi Banco y 30% a confianza lo que coincide con Abregú (2014) Banco de Crédito, el 33% lo obtuvo del Banco Continental, el 17% del Scotiabank, y el 17% de Mi Banco, en el año 2013. Por otro lado, Bustamante (2015) existen cuatro entidades bancarias posicionadas en los créditos de las MYPES Mi Banco, Banco de crédito del Perú, Scotiabank. Las MYPES hoy en día solicitan a las entidades como Mi Banco y Confianza porque las facilidades de obtener un crédito son más rápidas.

En la tabla 13 denominada “Cantidad de créditos” se observa que el 30% maneja más de 3 créditos, el 40% maneja 2 créditos, el 20% solo 1 crédito coincide con Abregú (2014) que el 40% maneja más de 2 créditos por otro lado Padilla (2011) Si el banco es flexible en sus condiciones, habrá más probabilidades de negociar un préstamo que se ajuste a las necesidades de la empresa ya que estas cuentan con la capacidad de responder al crédito solvencia económica para hacer frente al crédito y al tener un historial

En la tabla 14 denominada “Rapidez de atención en los créditos” se observa que el 100% atendieron su crédito en menos de una semana Coincide con Ruiz (2011) que el 100% de las MYPES estudiadas les atendieron sus solicitudes en una semana. Por lado, Bustamante (2015) que los préstamos son rápido y simples las institución para que las personas inviertan en su negocio. Se ve que alas MYPE atendieron los créditos y los montos que las MYPE solicitan ya que estas cuentan con la capacidad de responder al crédito (solventia económica para hacer frente al crédito) y cumplir con las letras estipuladas en el préstamo.

En la tabla 15 denominada “Cantidad solicitada” se observa que el 20% solicitaron 2,000.00, el 20% solicitaron 5,000.00, el 30% solicitaron 10,000.00 y el 30% solicitaron 20,000.00 Coincide con Ruiz (2011) que el 100% de las MYPES estudiadas les otorgaron los créditos financieros en los montos solicitado Por lado, Bustamante (2015) que los préstamos son rápido y simple las institución para que las personas inviertan en su negocio. Se ve que alas MYPE atendieron los créditos y los montos que las MYPE solicitan ya que estas cuentan con la capacidad de responder al crédito (solventia económica para hacer frente al crédito) y cumplir con las letras estipuladas en el préstamo.

En la tabla 16 denominada “Crédito a largo plazo” se observa que el 70% que sus créditos fueron a largo plazo Coincide con Rivas (2013) que el (72%) de los créditos solicitados fueron de largo plazo por otro lado, Según Padilla (2011) La entidad financiera entrega al cliente una cantidad de dinero que este último se obliga a devolver al cabo de un plazo de tiempo establecido estos pueden ser mensuales, bimestrales o semestrales. La gran mayoría solicita sus créditos a largo plazo ya que los montos a pagar (las letras) son montos pequeños y es más factible pagarlas

En la tabla 17 denominada “prestamistas” se observa que el 60% trabaja con dinero de prestamistas prestamista coincide con Bardales (2011) el 100% de encuestados manifestaron que el financiamiento que obtuvieron fue mediante usureros. Por otro lado, Navaez (2007) las fuentes privadas como los amigos, conocidos y familia es otra forma de cómo conseguir dinero, esta forma puede ser con o sin interés o una tasa más baja, la cual es muy benéfico para iniciar la operaciones. La gran mayoría trabaja con prestamistas ya que los requisitos que estos les exigen son pocos

En la tabla 18 denominada “Interés que cobran los prestamistas” se observa que el 40% le cobran 5% de interés dependiendo en monto, el 40% le cobran el 10% en montos menores a mil soles y un 40% no trabaja con prestamistas coincide con Bardales (2011) el 100% de encuestados manifestaron que el financiamiento que obtuvieron fue mediante usureros. Por otro lado, Navaez (2007) las fuentes privadas como los amigos y familia es otra forma de cómo conseguir dinero, esta forma puede ser con o sin interés o una tasa más baja, la cual es muy benéfico para iniciar la operaciones y la devolución de este es dinero es diario y no se siente a la hora de pagar ya que el interés no es tan alta

4.2.2 De acuerdo a la variable Competitividad

En la tabla 19 denominada “Motivación” se observa que el 63% si percibe que motivan a los trabajadores Coincide con Rujel (2015) que el 96% de las personas encuestadas se sientan a gusto con la atención del trabajador. Por otro, lado Hernández (2013) La motivación es considerada un estado íntimo que activa, dirige y mantiene la conducta. Según los especialistas, cuando una empresa motiva a sus empleados haciéndolos sentir valiosos sin importar su puesto o cargo, el personal comienza a considerarse parte de la misma y se interesa por su éxito, aportando ideas creativas e

innovadoras a la compañía. Si los propietarios de las MYPES motivan a sus trabajadores estos van a trabajar de otra manera más rápido con amabilidad, buen trato hacia los clientes y estos se van a sentir conforme con el servicio

En la tabla 20 denominada “Atención” se observa que el 68% afirma que la atención es buena Coincide con Bardales (2011) que el 88% manifestaron que si ha mejorado los servicios de atención al cliente. Por otro lado, Gomez (2006) define que el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, a sus clientes. La buena atención, amabilidad, buen trato va hacer fundamental para que los clientes sigan comprando en la MYPE y estos no se vallan a la competencia

En la tabla 21 denominada “Innovan productos” se observa que el 71% que innovan en los productos productos Coincide con Rujel (2015) que el 100% de las personas encuestadas dicen que la tienda cuenta con un amplio surtido de calzado de moda constantemente. Por otro lado, Hernández (2013) Los expertos explican que una empresa no puede cerrarse en la antigüedad. El encargado, director o presidente siempre debe de innovar y mejorar la práctica. Si las MYPE quieren mantenerse en el mercado tienen que estar siempre innovan en los productos que venden surtiendo inventarios.

En la tabla 22 denominada “Frecuencia de innovación” se observa que el 22% (86) ven que innovan semanalmente en los productos Coincide con Rujel (2015) que el 100% de las personas encuestadas dicen que la tienda cuenta con un amplio surtido de calzado de moda constantemente. Por otro lado, Hernández (2013) Los expertos explican que una empresa no puede cerrarse en la antigüedad. El encargado, director o presidente siempre debe de innovar y mejorar Si las MYPE quieren mantenerse en el mercado tienen que estar siempre innovan en los productos que venden surtiendo inventarios, trayendo modelos nuevos acorde a la temporada

En la tabla 23 denominada “Innova en la infraestructura” se observa que el 32% (123) ve que innovan en la infraestructura Coincide con Rujel, (2015) que el 95% de las personas encuestadas dicen que la tienda no cuenta con los equipos necesarios para la atención rápida ni en la infraestructura. Por otro lado, Hernández (2013) que una empresa no puede cerrarse en la antigüedad debe de innovar y mejorar la práctica. Podemos apreciar que las MYPE no innovan en la infraestructura bueno esto se debe ya que los establecimientos no son propios estos son alquilados o propiedad de la Municipalidad debido a esto los propietarios de MYPES no invierten en la infraestructura

En la tabla 24 denominada “Descuento” se observa que el 92% (352) si le ofrecen Coincide con Rujel (2015) descuento el 66% de las personas encuestadas si les parece que los precios de los productos son más aceptables que los de la competencia, Por otro lado, Soto (2015) La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido la ventaja de ofrecer descuento es captar más clientes mayores ventas mayor ganancias para la MYPE

En la tabla 25 denominada “Productos sustitutos” se observa que el 77% (297) si encuentra productos sustitutos, Coincide con Rujel (2015) que el 66% encuentra productos sustitutos por otro lado (Porter 2008) una empresa comienza a tener serios problemas cuando los sustitutos de los productos comienzan a ser reales. Las MYPE ofrecen productos sustitutos a menores precios de la competencia con la finalidad de captar clientes

En la tabla 26 denominada “Calidad” se observa que el 83% (319) los productos son de buen calidad Coincide con Bardales (2011) que el 100% (8) de los encuestados dijeron que sí se han preocupado por mejorar la calidad de los productos que venden coincide con Porter (2008) Si se es capaz de posicionar el producto claramente en el

mercado ofreciendo algo diferente se puede revalorizar ante los ojos de los compradores, buscando tu producto al verlo de mejor calidad y buscar una mejor calidad en sus productos. Hoy en día las MYPE se están preocupando en la calidad ya que eso es lo que buscan los clientes productos de calidad

En la tabla 27 denominada “Productos duraderos” se observa que el 83% (319) que los productos son duraderos Coincide con Rujel (2015) que el 86% de las personas encuestadas se sienten satisfechos con el calzado, Por otro lado, Soto (2015) la competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido. Hoy en día las MYPE se preocupan por brindar productos de buena calidad

V. CONCLUSIONES

Las fuentes de financiamiento que emplean las MYPE son bancarias el porcentaje bajo estudio es que más de la mitad de las MYPE utilizan financiamiento bancario para iniciar sus actividades comerciales. Ya que las instituciones bancarias hoy en día están más dedicadas al financiamiento de las MYPE con un futuro de crecimiento. La recomendación es que si las MYPE están constituidas formalmente cualquier entidad bancaria va financiar su actividad económica.

Los montos y tiempo de atención de los créditos de las MYPE el porcentaje bajo estudio es que la totalidad de las MYPE les otorgaron los créditos y los montos solicitados en un plazo menor de una semana. Esto se debe a que los propietarios de las MYPE al tener un historial crediticio, es más fácil que le otorguen los créditos que estos soliciten.

El tipo de financiamiento externo en las MYPE es por medio de prestamistas el porcentaje bajo estudio es que más de la mitad trabaja con prestamistas. Esto se debe a que las MYPE al contar con financiamiento bancarios a largo plazo necesitan capital adicional para surtir en mercadería.

Las ventajas de la competitividad de las MYPE es innovar el porcentaje bajo estudio es que más de la mitad de las MYPE innova constantemente en los productos que ofrece trayendo modelos acorde a la temporada con la finalidad de captar más clientes y así posicionarme en el mercado en estudio.

Las estrategias de la competitividad que utilizan las MYPE es el poder de negociación de los clientes el porcentaje bajo estudio es que la totalidad de las MYPE ofrece descuentos a sus clientes para que no se vayan a la competencia.

Mayores ventas mayores ganancias

REFERENCIAS BIBLIOGRAFIA

- Abregú, F. I. (2014). Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000036094>
- Ajtun, D. E. (2014). Obtenido de <http://docplayer.es/5301453-Universidad-rafael-landivar-facultad-de-ciencias-economicas-y-empresariales-licenciatura-en-administracion-de-empresas-fs.html>
- Alvarado, M. (2015). (BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERU PIURA)
Obtenido de <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Piura/piura-caracterizacion.pdf>
- Andina. (2012). Obtenido de <http://rpp.pe/peru/actualidad/mas-de-64-mil-mypes-se-registran-en-la-region-piura-noticia-480494>
- Andina. (2016). Obtenido de <http://rpp.pe/peru/piura/piura-32-laboran-en-una-micro-y-pequena-empresa-noticia-982739>
- Arias. (2006). gestion de calidad. Obtenido de <http://gestiondecalidadenelsectorazucarero.blogspot.pe/2010/10/tesis-gestion-de-calidad-capitulo-iii.html>
- Arteaga, M. C. (2016). lugares turisticos de tambogrande. Obtenido de <http://melitzacocios.blogspot.es/1445318831/lugares-turisticos-de-tambogrande/>
- Atahuaman, C. (2013). La Ley N° 30056 y sus modificaciones laborales al régimen especial de las micro y pequeñas empresas. Obtenido de <http://bitacoralaboral.blogspot.pe/2013/11/la-ley-n-30056-y-sus-modificaciones.html>
- Bardales, E. I. (2011). Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000025211>
- Brealey, R. (2007). Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/95810803/ESTRATEGIAS-DE-FINANCIAMIENTO>

- Bustamante. (2015). caballero bustamate. Obtenido de
http://www.caballerbustamante.com.pe/plantilla/lab/ecb191009_2.pdf
- Cáceres, Y. (30 de marzo de 2017). creditos-micro-pequenas-empresas-crecen-6.
Obtenido de <http://elcomercio.pe/economia/mercados/creditos-micro-pequenas-empresas-crecen-6-febrero-411655>
- Caldas, A. C. (2014). Obtenido de
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1139/1/villaordu%C3%B1a_c.pdf
- Castillo, L. E. (2007). Obtenido de
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/368/1/marquez_c1.pdf
- Contreras, O. (2014). 2014. Obtenido de
<http://mscomairametodologiadelainvestigacion.blogspot.pe/2014/11/metodologia-de-la-investigacion.html>
- Correa, D. (2015). Obtenido de https://prezi.com/cffr7jyeiw_n/definiciones-y-diferencias-de-mypes-y-pymes/
- Cruz, L. A. (2009). Obtenido de <http://plandetesisdeluisolano.blogspot.pe/2009/09/plan-de-tesis.html>
- Espinoza, E. V., Milagros, S. R., & Dario, M. T. (2015). Obtenido de
<http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/138/1/ESPINOZA-MARTINEZ.pdf>
- Garcia, I. K. (2012). Obtenido de
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034688>
- Gestion. (2016). Gobierno publica nuevo Régimen Mype Tributario, ¿en qué consiste y quiénes se beneficiarán. Obtenido de <http://gestion.pe/economia/gobierno->

publica-nuevo-regimen-mype-tributario-que-consiste-y-quienes-se-beneficiaran-2177569

Gomez, H. S. (2006). Obtenido de <http://importacionesan.blogspot.pe/2011/05/marco-teorico.html>

Grande, D. d. (2007). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Distrito_de_Tambo_Grande#Festividades

Guerra, C. (2016). Formula para determinar la población infinita. Obtenido de <https://prezi.com/ixhxck3eti53/formula-para-determinar-la-poblacion-infinita-y-finita/>

Hernandez, y. (2010). Obtenido de <http://gestiondecalidadenelsectorazucarero.blogspot.pe/2010/10/tesis-gestion-de-calidad-capitulo-iii.html>

Hernandez, f. y. (2012). Obtenido de <http://tesisdeinvestig.blogspot.pe/2012/12/disenos-no-experimentales-segun.html>

Hernández, K. (2013). Obtenido de <http://www.eempleo.com.do/eempleo/cinco-caracteristicas-de-una-empresa-competitiva/>

Jeanton, R. (2013). Obtenido de <https://es.slideshare.net/hagiherrera/expo-fuentes-de-financiamiento>

Luquillas, J. G. (2014). Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1117/1/gonzales_lj.pdf

Martin, V. E. (s.f.). (F. II, Productor) Obtenido de <http://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/academia%20de%20finanzas/finanzas%20ii%20mauricio%20a.%20chagolla%20farias/administracion%20financiera%20capitulo%206.pdf>

Melo, Y. P. (2011). Obtenido de <http://metodoscuantitativosdeinvestigacion.blogspot.pe/>

Merino, B. V. (2014). Obtenido de

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035633>

Navaez, J. (2007). tipos de financiamiento. Obtenido de

https://es.slideshare.net/guest4f6930/tipos-de-financiamiento?next_slideshow=1

Ochoa, C. (2013). Obtenido de <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/que-tamano-de-muestra-necesito>

Oliva, M. A. (2014). Obtenido de

<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039293>

Oliveros, Q. J. (2013). Obtenido de

<http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo-ciencias-contables/article/view/1219/969>

Padilla, T. (2011). Obtenido de

http://www.unac.edu.pe/documentos/organizacion/vri/cdcitra/Informes_Finales_Investigacion/Mayo_2011/IF_TORRE_PADILLA_FCE/CAP.VI.PDF

Paiva, J. G. (2013). Obtenido de

http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/104512/Tesi_Jordi_Garrido.pdf;jsessionid=81D614CEDE684ADD30CB4256004679AC?sequence=1

Porter. (2010). trasmichaelporter.blogspot.p. Obtenido de

<http://trasmichaelporter.blogspot.pe/2010/11/>

Porter, M. (2004). eumed.net. Obtenido de

<http://www.eumed.net/cursecon/libreria/2004/alv/6.htm>

Porter, M. (2005). <http://www.sangrefria.com/blog/2005/02/09/porter-y-la-competitividad/>. Obtenido de

<http://www.sangrefria.com/blog/2005/02/09/porter-y-la-competitividad/>

Porter, M. (2008). Obtenido de <http://www.5fuerzasdeporter.com/>

Prochile. (2010). Obtenido de www.academia.edu/.../ESTUDIO_DE_MERCADO_CALZADOS_PERU,

pymex. (2017). Créditos Bancarios, Créditos Comerciales, Financiamientos a Corto Plazo, Líneas de Crédito, Pagarés, Papeles Comerciales. Obtenido de <https://pymex.pe/finanzas/finanzas-y-contabilidad/formas-y-fuentes-de-financiamiento-para-mypes-parte-2>

Quiroz, S. Y. (2011). Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>

Revilla, M. (2013). Obtenido de <https://es.slideshare.net/elsamariapacheco/definiciones-de-competencia-segn-diferentes-au>

Rivas, V. M. (2013). Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034726>

Ruiz, J. A. (2011). Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000024864>

Rujel, Z. M. (2015). Obtenido de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000039347>

Sampieri, H. (2010). metodología de la investigacion. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/32801628/Sampieri-Metodologia-de-La-Investigacion>

Santos, M. D. (2015). (E. C. GESTIÓN, Productor) Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1836/1/malaga_smc.pdf

Silup, B. (5 de diciembre de 2012). Las Mypes están haciendo crecer a Piura. (E. Belletich, Entrevistador) Obtenido de <http://udep.edu.pe/hoy/2012/las-mypes-estan-haciendo-crecer-a-piura/>

Solares, J. A. (2014). Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Celada-Jorge.pdf>

Soto, H. M. (2015). Obtenido de <https://prezi.com/ru4majxsgrcj/caracteristicas-de-las-empresas-competitivas/>

Sunat. (2017). Obtenido de <http://e-consultaruc.sunat.gob.pe/cl-ti-itmrconsruc/jcrS00Alias>

Zapata, J. C. (2013). Obtenido de <https://es.slideshare.net/JaimeRaulLupucheTimana/tesis-27927309>

ANEXOS

CUESTIONARIO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y**

ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE METODOLOGÍA DE LA
INVESTIGACIÓN – DEMI**

**Cuestionario aplicado a los dueños, gerentes o representantes legales de las MYPE
del ámbito de estudio**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado **“Caracterización del financiamiento y la competitividad de las MYPE rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande, año 2017”** La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración

I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LAS MYPES

1.1 Edad del representante legal de la empresa:

1.2 Género: a) Masculino b) Femenino

1.3 Grado de instrucción: a) Primaria b) Secundaria c) técnica d) Universitaria

1.4 Profesión.....Ocupación.....

1.5 Estado Civil: a) Soltero b) Casado c) Conviviente d) Divorciado e) Otros

1.6 Tiempo en años que se encuentra en el sector y rubro.....

1.7 La MYPE es formal: a) Sí b) No

1.8 La MYPE es informal: a) Sí b) No

1.9 Número de trabajadores permanentes.....Número de trabajadores eventuales.....

1.10 La MYPE se formó para obtener ganancias: a) Si b) No

1.11 La MYPE se formó por subsistencia (sobre vivencia): a) Sí b) No

II FINANCIAMIENTO DE LAS MYPES

1. ¿Qué tipo de financiamiento utiliza?
a) Bancario b) No bancario
2. ¿A solicitado crédito a entidades financieras?
a) Si b) No
3. ¿A qué entidad a solicitado créditos?
a) Mi Banco b) Scotiabank c) Caja Sullana d) Confianza
4. ¿Hasta cuantos créditos bancarios a manejado?
a) 1 b) 2 c) 3 d) 4
5. ¿Trabaja con créditos no bancarios?
a) Si b) No
6. ¿Con cuántos créditos no bancarios trabaja?
a) 1 b) 2 c) 3 d) 4
7. ¿Con que rapidez atendieron su crédito?
a) 1 Semana b) 2 Semanas
8. ¿Cuánto fue el monto que solicito?
a) 2,000.00 b) 5,000.00 c) 10,000.00 d) 20,000.00
9. ¿Cuánto fue el monto aprobado?
a) 2,000.00 b) 5,000.00 c) 10,000.00 d) 20,000.00
10. ¿Su crédito fue a corto plazo?
a) Si b) No
11. ¿Su crédito fue a largo plazo?
a) Si b) No
12. ¿A prestado dinero a prestamistas?
a) Si b) No
13. ¿Con qué frecuencia presta dinero a prestamistas?
a) Semanal b) Quincenal c) Mensual
14. ¿Le cobran algún tipo de interés los prestamistas?
a) Si b) No
15. ¿Cuánto de interés le cobran en los prestamistas?
a) 5% b) 10% c) 15% d) 20%



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado

“Caracterización del financiamiento y la competitividad de las MYPES rubro compra y venta de calzado del mercado central de Tambogrande, año 2017”

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración

III ELEMENTOS DE LA COMPETETIVIDAD

1. ¿Percibe que se motiva a los trabajadores?
a) Si b) No
2. ¿La atención que le brindan es buena?
a) Si b) No
3. ¿Se innova en los productos que le brindan?
a) Si b) No
4. ¿Con que frecuencia se ve que innova en los productos?
a) Semanal b) Quincenal c) Mensual
5. ¿Se innova la infraestructura del establecimiento?
a) Si b) No
6. ¿Le ofrecen descuentos a la hora de adquirir un producto?
a) Si b) No
7. ¿Encuentra productos sustitutos?
a) Si b) No
8. ¿Los productos que le brindan son de buena calidad?
a) Si b) No
9. ¿Los productos son duraderos?
a) Si b) No

2. VALIDACION

CONSTANCIA DE VALIDACION

YO MANUEL GERARDO MENDO HINOJOSA, identificado
Con DNI 02659233, con el grado de Magister en CIENCIAS
Políticas

Por medio de la presente hago constar que e revisado con fines de validación de los
instrumento (os) de recolección de datos COESTRUCTIVO, elaborado por el

Estudiante VICTOR ABRAHAM DOMINGUEZ PALACIOS, para efecto de su
aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de
investigación "CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO Y LA
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES RUBRO CALZADO DEL MERCADO
CENTRAL DE TAMBOGRANDE AÑO 2017", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta
las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar su resultado.

Piura, Mayo 2017.



Mg. Lic. Adm. Manuel G. Menno Hinojosa
CLAD 05862

Ítem relacionados al financiamiento	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítem para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	Si / No
1. ¿Qué tipo de financiamiento utiliza?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
2. ¿A solicitado crédito a entidades financieras?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
3. ¿A qué entidad ha solicitado créditos?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
4. ¿Hasta cuantos créditos bancarios ha manejado?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
5. ¿Trabaja con créditos no bancarios?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
6. ¿Con cuántos créditos no bancarios trabaja?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
7. ¿Con que rapidez atiende sus crédito?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
8. ¿Cuánto fue el monto que solicito?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
9. ¿Cuánto es el monto aprobado?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
10. ¿A prestado dinero a sus amigos para su negocio?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)


 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
 CLAD 05862

11. ¿Con que frecuencia presta dinero a sus amigos?	X			X		X	SI () No (X)
12. ¿Le cobran algún tipo de interés?	X			X		X	SI () No (X)
13. ¿Ha solicitado créditos hipotecarios?	X			X		X	SI () No (X)
14. ¿Su crédito fue a corto plazo?	X			X		X	SI () No (X)
15. ¿Su crédito fue a largo plazo?	X			X		X	SI () No (X)



Mg. Lic. Adm. Manuel G. Merino Hinojosa
CLAD 05862

Ítem relacionados a la competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítem para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	Si / No
1. ¿Percibe que se motiva a los trabajadores?	X			X		X	SI () No (X)
2. ¿La atención que se le brindan es buena?	X			X		X	SI () No (X)
3. ¿Se Innovan en los productos que adquiere?	X			X		X	SI () No (X)
4. ¿Con que frecuencia innovan los productos?	X			X		X	SI () No (X)
5. ¿Innovan la infraestructura del establecimiento?	X			X		X	SI () No (X)
6. ¿Se refleja la figura de un líder?	X			X		X	SI () No (X)
7. ¿La calidad del producto es bueno?	X			X		X	SI () No (X)
8. ¿El producto es duradero?	X			X		X	SI () No (X)
9. ¿Pide rebaja a la hora de adquirir un producto?	X			X		X	SI () No (X)
10. ¿Encuentra productos sustitutos?	X			X		X	SI () No (X)



Mg. Lic. Adm. Manuel G. Mierino Hinojosa
CLAD 05862

CONSTANCIA DE VALIDACION

YO IVAN GUZMAN CASTRO, identificado

Con DNI 07727308, con el grado de Magister en CURRICULUM,

DOCENCIA E INVESTIGACION

Por medio de la presente hago constar que e revisado con fines de validación de los instrumento (os) de recolección de datos CUESTIONARIO, elaborado por el

Estudiante VICTOR ABRAHAM DOMINGUEZ PALACIOS, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación "CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES RUBRO CALZADO DEL MERCADO CENTRAL DE TAMBOGRANDE AÑO 2017", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar su resultado.

Piura, Mayo 2017.


Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
CLAD N° 5107

Ítem relacionados al financiamiento	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítem para medir el concepto? Si / No
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿Qué tipo de financiamiento utiliza?	X			X		X	SI () No (X)
2. ¿A solicitado crédito a entidades financieras?	X			X		X	SI () No (X)
3. ¿A qué entidad ha solicitado créditos?	X			X		X	SI () No (X)
4. ¿Hasta cuantos créditos bancarios ha manejado?	X			X		X	SI () No (X)
5. ¿Trabaja con créditos no bancarios?	X			X		X	SI () No (X)
6. ¿Con cuántos créditos no bancarios trabaja?	X			X		X	SI () No (X)
7. ¿Con que rapidez atiende sus crédito?	X			X		X	SI () No (X)
8. ¿Cuánto fue el monto que solicito?	X			X		X	SI () No (X)
9. ¿Cuánto es el monto aprobado?	X			X		X	SI () No (X)
10. ¿A prestado dinero a sus amigos para su negocio?	X			X		X	SI () No (X)


 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

11. ¿Con que frecuencia presta dinero a sus amigos?	X			X		X	SI () No (X)
12. ¿Le cobran algún tipo de interés?	X			X		X	SI () No (X)
13. ¿Ha solicitado créditos hipotecarios?	X			X		X	SI () No (X)
14. ¿Su crédito fue a corto plazo?	X			X		X	SI () No (X)
15. ¿Su crédito fue a largo plazo?	X			X		X	SI () No (X)


 Mg. IVÁN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

Ítem relacionados a la competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítem para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	Si / No
1. ¿Percibe que se motiva a los trabajadores?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
2. ¿La atención que se le brindan es buena?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
3. ¿Se Innovan en los productos que adquiere?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
4. ¿Con que frecuencia innovan los productos?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
5. ¿Innovan la infraestructura del establecimiento?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
6. ¿Se refleja la figura de un líder?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
7. ¿La calidad del producto es bueno?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
8. ¿El producto es duradero?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
9. ¿Pide rebaja a la hora de adquirir un producto?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)
10. ¿Encuentra productos sustitutos?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	SI () No (<input checked="" type="checkbox"/>)


 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO
 CLAD N° 5107

CONSTANCIA DE VALIDACION

YO Fernando Suárez Carrasco, identificado
Con DNI 02616283, con el grado de Magister en Administración

Por medio de la presente hago constar que e revisado con fines de validación de los
instrumento (os) de recolección de datos Cuestionario, elaborado por el

Estudiante VICTOR ABRAHAM DOMINGUEZ PALACIOS, para efecto de su
aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de
investigación "CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO Y LA
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES RUBRO CALZADO DEL MERCADO
CENTRAL DE TAMBOGRANDE AÑO 2017", que se encuentra realizando.

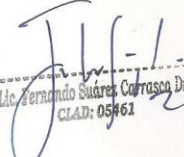
Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta
las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar su resultado.

Piura, Mayo 2017.


Lto. Fernando Suárez Carrasco Lr.
CLAD: 05461

Ítem relacionados al financiamiento	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítem para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	Si / No
1. ¿Qué tipo de financiamiento utiliza?	X			X		X	SI () No (X)
2. ¿A solicitado crédito a entidades financieras?	X			X		X	SI () No (X)
3. ¿A qué entidad ha solicitado créditos?	X			X		X	SI () No (X)
4. ¿Hasta cuantos créditos bancarios ha manejado?	X			X		X	SI () No (X)
5. ¿Trabaja con créditos no bancarios?	X			X		X	SI () No (X)
6. ¿Con cuántos créditos no bancarios trabaja?	X			X		X	SI () No (X)
7. ¿Con que rapidez atiende sus crédito?	X		X			X	SI () No (X)
8. ¿Cuánto fue el monto que solicito?	X			X		X	SI () No (X)
9. ¿Cuánto es el monto aprobado?	X			X		X	SI () No (X)
10. ¿A prestado dinero a sus amigos para su negocio?	X		X			X	SI () No (X)

11. ¿Con que frecuencia presta dinero a sus amigos?	X		X			X	SI () No (X)
12. ¿Le cobran algún tipo de interés?	X		X			X	SI () No (X)
13. ¿Ha solicitado créditos hipotecarios?	X			X		X	SI () No (X)
14. ¿Su crédito fue a corto plazo?	X			X		X	SI () No (X)
15. ¿Su crédito fue a largo plazo?	X			X		X	SI () No (X)


 Lic. Fernando Suárez Carrasco Dr.
 CIAD: 05461

Ítem relacionados a la competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítem para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	Si / No
1. ¿Percibe que se motiva a los trabajadores?	X			X		X	SI () No (X)
2. ¿La atención que se le brindan es buena?	X		X			X	SI () No (X)
3. ¿Se Innovan en los productos que adquiere?	X		X			X	SI () No (X)
4. ¿Con que frecuencia innovan los productos?	X			X		X	SI () No (X)
5. ¿Innovan la infraestructura del establecimiento?	X			X		X	SI () No (X)
6. ¿Se refleja la figura de un líder?		X		X	X		SI (X) No ()
7. ¿La calidad del producto es bueno?	X			X		X	SI () No (X)
8. ¿El producto es duradero?	X			X		X	SI () No (X)
9. ¿Pide rebaja a la hora de adquirir un producto?	X		X			X	SI () No (X)
10. ¿Encuentra productos sustitutos?	X			X		X	SI () No (X)


 Lic. Fernando Suárez, C.A. Suárez & C.
 C.I.A.B. 05461

CORRECCION

Ítem relacionados al financiamiento	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítem para medir el concepto?	Corrección
	Si	No	Si	No	Si	No	Si / No	
1. ¿Qué tipo de financiamiento utiliza?	X			x		x	SI () No (x)	
2. ¿A solicitado crédito a entidades financieras?	X			x		x	SI () No (x)	
3. ¿A qué entidad ha solicitado créditos?	X			x		x	SI () No (x)	
4. ¿Hasta cuantos créditos bancarios ha manejado?	X			x		x	SI () No (x)	
5. ¿Trabaja con créditos no bancarios?	X			x		x	SI () No (x)	
6. ¿Con cuántos créditos no bancarios trabaja?	X			x		x	SI () No (x)	
7. ¿Con que rapidez atiende sus crédito?	X		x			x	SI () No (x)	¿Con que rapidez atienden su crédito?
8. ¿Cuánto fue el monto que solicito?	x			x		x	SI () No (x)	
9. ¿Cuánto es el monto aprobado?	x			x		x	SI () No (x)	
10. ¿A prestado dinero a sus amigos para su negocio?	x		x			X	SI () No (x)	¿a prestado dinero a prestamistas?

11. ¿Con que frecuencia presta dinero a sus amigos?	x		x			x	SI () No (x)	¿con que frecuencia presta dinero a prestamistas
12. ¿Le cobran algún tipo de interés?	x		x			x	SI () No (x)	¿Le cobran algún tipo de interés los prestamistas?
13. ¿Ha solicitado créditos hipotecarios?	x			X		x	SI () No (x)	
14. ¿Su crédito fue a corto plazo?	x			X		x	SI () No (x)	
15. ¿Su crédito fue a largo plazo?	x			X		x	SI () No (x)	

Ítem relacionados a la competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencias o, aquiescente?		¿Se necesita más ítem para medir el concepto?	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si / No	
1. ¿Percibe que se motiva a los trabajadores?	x			x		x	SI () No ()	
2. ¿La atención que se le brindan es buena?	x		x			x	SI () No ()	¿La atención que le brindan es buena?
3. ¿Se Innovan en los productos que adquiere?	x		x			x	SI () No ()	¿Se Innovan en los productos que le brindan?
4. ¿Con que frecuencia innovan los productos?	x			x		x	SI () No ()	
5. ¿Innovan la infraestructura del establecimiento?	x			x		x	SI () No (x)	
6. ¿Se refleja la figura de un líder?		x		x	x		SI () No (x)	Anulada
7. ¿La calidad del producto es bueno?	x			x		x	SI () No (x)	
8. ¿El producto es duradero?	x			x		x	SI () No (x)	
9. ¿Pide rebaja a la hora de adquirir un producto?	x		x			X	SI () No (x)	¿Le ofrecen descuento a la hora de adquirir un producto?
10. ¿Encuentra productos sustitutos?	x			x		x	SI () No (x)	

4. Cálculos estadísticos

Formula Población infinita

Según Ochoa (2013):

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Donde:

z^2 = grado de confiabilidad (1.96)

e = margen de error (5.0%)

p = probabilidad que ocurra (0.5)

q = probabilidad que no ocurra (0.5)

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

LEY N° 30056

1. Introducción

El tratamiento laboral de las micro y pequeñas empresas, en el mes de julio de 2013, tomó un gran interés a nivel nacional dado al carácter temporal que se había establecido para las microempresas que se encontraban amparadas bajo la Ley N° 28015, siendo el contexto socio jurídico el vencimiento de dicho régimen especial laboral al 4 de julio de 2013; sin embargo, dos días previos a la fecha indicada se publica la Ley N° 30056, que establece una prórroga para las microempresas de la Ley N° 28015, y además incorpora importantes modificaciones al régimen laboral MYPE, y será ello materia de nuestro comentario

2. Cuestiones generales Mediante

La Ley N° 28015, publicada el 2 de julio de 2003, se promulgó la Ley de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, con ello se daría una regulación a un régimen laboral especial para aquellas unidades económicas, denominadas micro y pequeñas empresas, constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial que tienen características propias como son determinada cantidad de trabajadores y ventas anuales¹. Entre los beneficios sociales que se les reconocía a las microempresas acogidas por la Ley N° 28015, fueron el derecho a quince (15) días de descansos debidamente remunerados por cada año completo de servicios, es decir, no tenían derecho a gratificaciones ni a una CTS ni utilidades. Aunque tenían derecho a una indemnización por despido arbitrario equivalente a quince (15) remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento ochenta (180) remuneraciones diarias y las fracciones de año se abonan por dozavos. Inicialmente, se había establecido que la Ley N° 28015 tendría una vigencia temporal de 5 años, es decir, las microempresas conservarían dicho régimen especial hasta el 2 de julio de 2008. Sin embargo, mediante el artículo 2° de la Ley N° 28851, publicada el 27 de julio de 2006, se extiende dicho plazo por un periodo de 10 años, que de conformidad con la Segunda Disposición Complementaria de la Ley N° 28851, dicho plazo ampliatorio se contabilizaría a partir de la fecha de vigencia de la Ley N° 28015, es decir, hasta julio de 2013. Posteriormente, el Decreto

Supremo N° 024-2009-PRODUCE, publicado el 10 de julio de 2009, que modifica el Reglamento del Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña empresa y del Acceso al Empleo Decente – Reglamento de la Ley MYPE, se estableció el carácter temporal del régimen laboral especial de la MYPE, disponiéndose, en el artículo primero², que “los trabajadores de la microempresa sujetos al Régimen Laboral Especial creado por la Ley N° 28015 se mantienen en dicho régimen hasta el 4 de julio del 2013, luego del cual ingresarán al Régimen Laboral General” En vista de ello, los 23,739 microempresarios³ que se habían amparado bajo el régimen especial de la Ley N° 28015 –es decir, que se habían acogido como microempresa entre julio de 2003 y septiembre de 2008–, se encontraban alarmados⁴ dado que las autoridades responsables en la materia señalaban que no habría prórroga para dicho régimen laboral especial, por lo que de manera indefectible a partir del 5 de julio de 2013 debían ingresar al régimen laboral general, es decir, su costo laboral se vería notoriamente incrementado. Sin embargo, mediante la Ley N° 30056, publicada el 2 de julio del 2013, se establece una prórroga por 3 años adicionales, además de establecer que los conductores⁵ y trabajadores pueden acordar por escrito –y siguiendo la formalidad establecida–, durante dicha prórroga, acogerse al régimen laboral regulado por el Decreto Legislativo N° 1086, publicado el 28 de junio de 2008, que es un régimen laboral especial permanente Por último, la Ley N° 30056, materia de comentario, ha realizado relevantes modificaciones al régimen laboral de las MYPES, que serán de aplicación para las nuevas micro y pequeñas empresas que se registren a partir de la entrada en vigencia de la Ley N° 30056.

3. Modificación de la denominación del decreto Supremo N° 007-2008-TR

Mediante el artículo 10° de la Ley N° 30056, se modifica la denominación “Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente, Ley MYPE”, aprobado mediante Decreto Supremo 007-2008-TR, por la siguiente: “Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial”

4. Características de las micro, pequeñas y medianas empresas

Otra de las modificaciones que incorpora la Ley N° 30056 es la inclusión de una nueva categoría empresarial que es la “mediana empresa”, que si bien no goza de beneficios laborales⁶, dado que con su incorporación se busca impulsar la (re)organización empresarial. En ese sentido, todas las micro, pequeñas y medianas empresas deberán

determinar la categoría empresarial que les corresponde en función de sus niveles de ventas anuales: a) Microempresa: ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). b) Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). c) Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1,700 UIT y hasta el monto máximo de 2,300 UIT

Asimismo, se ha establecido que el incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la micro, pequeña y mediana empresa podrá ser determinado por decreto supremo refrendado por el ministro de Economía y Finanzas y el ministro de la Producción cada dos (2) años. Debemos señalar que la nueva categoría empresarial y el criterio dispuesto para su clasificación –en función del número de ventas–, se entiende que será aplicable para las nuevas MYPE que se registren como tal a partir del 3 de julio de 2013, dado que la Tercera Disposición Complementaria Transitoria de la Ley N° 30056 dispone lo siguiente: “Las empresas constituidas antes de la entrada en vigencia de la presente Ley se rigen por los requisitos de acogimiento al régimen de las micro y pequeñas empresas regulados en el Decreto Legislativo 1086” (resaltado nuestro). En ese sentido, el criterio de clasificación en función del número de ventas anuales no resulta aplicable para aquellas empresas constituidas como MYPE desde el 1 de octubre de 2008 hasta el 2 de julio de 2013, siendo aplicable para las que se registren como MYPE a partir del 3 de julio de 2013

LIBRO DE CODIGOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

PROPIETARIOS

ITEM	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	F10	F11	F12	F13	F14	F15	F16	F17	F18	F19	F20
1	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
2	3	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	3	1	3	1	2	3
3	3	1	3	2	1	3	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2
4	3	2	2	2	2	3	1	2	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1
5	2	1	2	2	3	3	1	3	3	2	1	4	3	1	1	1	3	1	2	1
6	3	2	3	2	1	3	1	3	3	3	2	3	4	1	1	1	4	1	1	1
7	3	1	3	2	1	3	1	3	3	1	1	1	4	2	3	1	2	1	2	3
8	3	2	2	2	3	3	1	3	2	1	2	2	2	1	1	1	4	1	1	2
9	1	2	3	2	3	1	1	3	2	2	1	4	2	2	1	1	3	2	2	3
10	1	2	3	2	3	3	1	3	2	3	1	4	4	2	3	1	4	2	1	3



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

CLIENTES

ITEM	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
2	1	1	2	1	2	1	2	2	2
3	1	1	3	2	1	2	1	1	1
4	2	2	1	1	2	1	1	2	2
5	2	1	2	1	1	2	2	1	3
6	1	2	3	1	2	1	1	2	1
7	2	1	3	2	1	2	1	1	3
8	2	2	2	1	1	1	1	1	2
9	2	1	2	2	2	1	2	1	1
10	1	1	1	1	1	1	2	2	1
11	2	2	2	2	1	1	2	2	2
12	2	1	2	2	1	2	2	2	1
13	2	2	2	1	2	1	1	1	1
14	1	2	2	1	1	1	2	2	2

ITEM	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
15	2	1	2	1	1	1	1	1	1
16	1	1	2	1	2	1	2	2	2
17	1	1	3	2	1	2	1	1	1
18	2	2	1	1	2	1	1	2	2
19	2	1	2	1	1	2	2	1	3
20	1	1	1	1	1	1	2	2	1
21	1	2	2	2	1	1	2	2	3
22	1	1	1	1	1	1	2	2	1
23	2	2	2	2	1	1	2	2	2
24	2	1	2	2	1	2	2	2	1
25	2	2	2	1	2	1	1	1	1
26	2	2	2	1	1	1	2	2	2
27	1	1	1	1	1	1	2	2	1
28	2	2	2	2	1	1	2	2	2

ITEM	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
29	2	1	2	1	1	1	1	1	1
30	1	2	2	1	2	1	2	2	2
31	1	2	3	2	1	2	1	1	1
32	2	2	2	1	1	1	1	1	1
33	2	2	1	1	2	1	1	2	2
34	2	1	2	1	1	2	2	1	3
35	2	2	3	1	2	1	1	2	1
36	2	1	3	2	1	2	1	1	3
37	2	2	2	1	1	1	1	1	2
38	2	2	2	2	2	1	2	1	1
39	1	2	1	1	1	1	2	2	1
40	1	2	2	2	1	1	2	2	2
41	1	2	2	2	1	2	2	2	1
42	2	2	2	1	2	1	1	1	1
43	2	2	2	1	1	1	2	2	2
44	2	2	2	2	2	1	1	1	2
45	1	2	1	1	1	1	2	2	1
46	1	2	2	2	1	1	2	2	2
47	2	2	2	2	1	2	2	2	1
48	1	2	2	1	2	1	1	1	1
49	1	2	2	1	1	1	2	2	2
50	2	2	2	2	2	1	1	1	2
51	1	2	2	1	1	1	1	2	2
52	1	2	2	1	2	2	1	1	3
53	1	2	4	2	1	1	1	2	1
54	2	2	3	2	1	2	1	1	3

ITEM	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
55	2	2	2	1	1	1	1	1	1
56	2	2	2	1	2	1	2	2	2
57	2	2	3	2	1	2	1	1	1
58	2	2	1	1	2	1	1	2	2
59	2	3	2	1	1	2	2	1	3
60	1	2	3	1	2	1	1	2	1
61	2	3	3	2	1	2	1	1	3
62	2	2	2	1	1	1	1	1	2
63	2	1	2	2	2	1	2	1	1
64	1	2	1	1	1	1	2	2	1
65	1	2	2	2	1	1	2	2	2
66	1	2	2	2	1	2	2	2	1
67	2	2	2	1	2	1	1	1	1
68	1	2	2	1	1	1	2	2	2
69	2	2	2	2	2	1	1	1	2
70	2	2	2	1	1	1	1	2	2
71	2	2	2	1	2	2	1	1	3
72	3	2	4	2	1	1	1	2	1
73	2	2	3	2	1	2	1	1	3
74	2	2	2	1	1	1	1	1	2
75	1	2	2	1	1	2	2	1	1
76	1	2	1	1	1	1	2	2	1
77	1	2	1	1	1	1	2	2	1
78	1	2	2	2	1	1	2	2	2
79	1	3	2	2	1	2	2	2	1
80	2	2	2	1	2	1	1	1	1

ITEM	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
81	2	1	2	1	1	1	1	1	1
82	1	1	2	1	2	1	2	2	2
83	1	1	3	2	1	2	1	1	1
84	2	1	2	2	2	1	1	1	2
85	2	2	1	1	2	1	1	2	2
86	2	2	2	2	1	1	1	1	1
87	2	2	2	1	2	1	1	1	1
88	2	2	2	1	1	1	2	1	1
89	2	2	2	1	1	2	2	1	1
90	1	2	2	1	1	2	2	1	1
91	1	2	2	2	2	1	1	2	1
92	2	2	2	2	1	1	1	1	1
93	1	2	2	1	2	2	1	2	2
94	1	2	2	1	1	1	1	1	1
95	2	2	4	1	2	1	1	2	1
96	2	2	1	1	2	1	1	1	2
97	1	2	3	1	1	1	1	1	3
98	2	2	4	1	1	1	1	1	1
99	1	2	3	1	1	2	2	1	1
100	2	2	3	2	2	1	1	2	2
101	1	3	2	1	1	1	2	2	3
102	1	2	2	2	2	1	1	1	2
103	2	2	2	2	1	1	1	1	1
104	2	2	2	1	2	1	1	1	1
105	1	2	2	1	1	1	2	1	1
106	2	2	2	1	1	2	2	1	1

ITEM	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
107	2	2	1	2	1	1	1	1	1
108	1	2	1	1	2	2	1	2	2
109	1	1	1	1	1	1	2	2	1
110	1	2	1	2	1	1	2	2	2
111	1	2	1	2	1	2	2	2	1
112	2	2	1	1	2	1	1	1	1
113	1	2	1	1	1	1	2	2	2
114	2	2	2	2	2	1	1	1	2
115	1	2	1	1	1	1	1	2	2
116	2	2	1	1	2	2	1	1	3
117	1	2	1	2	1	1	1	2	1
118	2	2	1	2	1	2	1	1	3
119	1	2	1	1	1	1	1	1	2
120	1	3	1	1	1	2	2	1	1
121	2	2	1	1	1	1	1	1	2
122	1	2	2	2	1	1	2	2	2
123	2	3	1	1	1	2	1	1	1
124	2	1	1	1	1	1	1	1	1
125	1	1	1	1	2	1	2	2	2
126	2	3	1	1	1	2	2	1	3
127	2	2	1	1	1	1	1	1	2
128	1	1	1	1	1	2	1	1	1
129	1	2	1	2	1	1	2	2	2
130	1	2	1	1	2	2	1	2	2
131	1	2	1	1	1	1	2	2	1
132	2	2	1	1	2	1	1	1	1

ITEM	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
133	1	2	2	1	1	1	1	1	1
134	1	2	2	1	2	1	2	2	2
135	1	2	1	2	1	2	1	1	1
136	1	1	1	2	2	1	1	1	2
137	1	2	1	1	2	1	1	2	2
138	2	2	1	2	1	1	1	1	1
139	2	2	1	1	2	1	1	1	1
140	2	2	1	1	1	1	2	1	1
141	2	2	1	1	1	2	2	1	1
142	1	2	1	1	1	2	2	1	1
143	1	2	1	2	2	1	1	2	1
144	2	2	1	2	1	1	1	1	1
145	1	2	2	1	2	2	1	2	2
146	1	2	2	1	1	1	1	1	1
147	2	2	1	1	2	1	1	2	1
148	2	2	1	1	2	1	1	1	2
149	1	2	1	1	1	1	1	1	3
150	2	2	1	1	1	1	1	1	1
151	1	2	1	1	1	2	2	1	1
152	2	2	1	2	2	1	1	2	2
153	1	2	2	1	1	1	2	2	3
154	2	2	2	2	2	1	1	1	2
155	2	2	2	2	1	1	1	1	1
156	2	2	1	1	2	1	1	1	1
157	2	2	1	1	1	1	2	1	1
158	1	2	1	1	1	2	1	1	1

ITEM	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
159	2	2	1	2	1	1	1	1	1
160	1	2	1	1	2	2	1	2	2
161	1	2	1	1	1	1	2	2	1
162	2	2	2	2	1	1	2	2	2
163	1	2	1	2	1	2	2	2	1
164	1	2	1	1	2	1	1	1	1
165	1	2	1	1	1	1	2	2	2
166	2	2	1	2	2	1	1	1	2
167	1	2	1	1	1	1	1	2	2
168	2	2	2	1	2	2	1	1	3
169	1	2	1	2	1	1	1	2	1
170	2	2	1	2	1	2	1	1	3
171	2	2	1	1	1	1	1	1	2
172	1	2	1	1	1	2	2	1	1
173	2	2	1	1	1	1	1	1	2
174	1	2	1	2	1	1	2	2	2
175	2	2	1	1	1	2	1	1	1
176	2	2	2	1	1	1	1	1	1
177	1	2	1	1	2	1	2	2	2
178	2	2	1	1	1	2	2	1	3
179	2	2	1	1	1	1	1	1	2
180	2	2	1	1	1	2	1	1	1
181	1	2	1	2	1	1	2	2	2
182	1	2	1	1	2	2	1	2	2
183	1	1	1	1	1	1	2	2	1
184	1	1	1	1	1	1	1	1	1

ITEM	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
185	2	3	2	2	1	1	1	1	1
186	1	2	2	1	2	2	1	2	2
187	1	2	1	1	1	1	2	2	1
188	1	2	2	2	1	1	2	2	2
189	1	2	2	2	1	2	2	2	1
190	2	2	2	1	2	1	1	1	1
191	1	2	2	1	1	1	2	2	2
192	2	2	2	2	2	1	1	1	2
193	1	2	2	1	1	1	1	2	2
194	2	2	2	1	2	2	1	1	3
195	1	2	4	2	1	1	1	2	1
196	1	2	3	2	1	2	1	1	3
197	2	2	2	1	1	1	1	1	2
198	1	2	2	1	1	2	2	1	1
199	2	2	1	1	1	1	1	1	2
200	1	2	2	2	1	1	2	2	2
201	2	2	1	1	1	2	1	1	1
202	2	2	2	1	1	1	1	1	1
203	1	2	2	1	2	1	2	2	2
204	2	3	2	1	1	2	2	1	3
205	2	2	2	1	1	1	1	1	2
206	2	3	2	1	1	2	1	1	1
207	1	2	2	2	1	1	2	2	2
208	1	2	2	1	2	2	1	2	2
209	1	2	1	1	1	1	2	2	1
210	2	2	2	1	2	1	1	1	1

ITEM	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
211	2	2	2	1	1	1	1	1	1
212	1	2	2	1	2	1	2	2	2
213	1	2	3	2	1	2	1	1	1
214	2	2	2	2	2	1	1	1	2
215	2	2	1	1	2	1	1	2	2
216	2	3	2	2	1	1	1	1	1
217	2	2	2	1	2	1	1	1	1
218	2	2	2	1	1	1	2	1	1
219	2	2	2	1	1	2	2	1	1
220	1	2	2	1	1	2	2	1	1
221	1	2	2	2	2	1	1	2	1
222	2	2	2	2	1	1	1	1	1
223	1	2	2	1	2	2	1	2	2
224	1	2	2	1	1	1	1	1	1
225	1	2	4	1	2	1	1	2	1
226	1	1	1	1	2	1	1	1	2
227	1	3	3	1	1	1	1	1	3
228	2	2	4	1	1	1	1	1	1
229	1	2	3	1	1	2	2	1	1
230	2	2	3	2	2	1	1	2	2
231	1	2	2	1	1	1	2	2	3
232	2	2	2	2	2	1	1	1	2
233	2	3	2	2	1	1	1	1	1
234	2	2	2	1	2	1	1	1	1
235	2	2	2	1	1	1	2	1	1
236	2	1	2	1	1	1	2	1	1

ITEM	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
237	2	2	2	2	1	1	1	1	1
238	1	2	2	1	2	2	1	2	2
239	1	1	1	1	1	1	2	2	1
240	1	2	2	2	1	1	2	2	2
241	1	2	2	2	1	2	2	2	1
242	2	2	2	1	2	1	1	1	1
243	1	2	2	1	1	1	2	2	2
244	2	1	2	2	2	1	1	1	2
245	1	3	2	1	1	1	1	2	2
246	2	2	2	1	2	2	1	1	3
247	1	2	4	2	1	1	1	2	1
248	2	2	3	2	1	2	1	1	3
249	2	2	2	1	1	1	1	1	2
250	1	2	2	1	1	2	2	1	1
251	2	2	1	1	1	1	1	1	2
252	1	2	2	2	1	1	2	2	2
253	2	2	1	1	1	2	1	1	1
254	2	2	2	1	1	1	1	1	1
255	1	2	2	1	2	1	2	2	2
256	2	2	2	1	1	2	2	1	3
257	2	2	2	1	1	1	1	1	2
258	2	2	2	1	1	2	1	1	1
259	1	2	2	2	1	1	2	2	2
260	1	2	2	1	2	2	1	2	2
261	1	2	1	1	1	1	2	2	1
262	1	1	2	1	2	1	1	1	1

ITEM	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
263	2	2	2	2	1	1	1	1	1
264	1	2	2	1	2	2	1	2	2
265	1	1	1	1	1	1	2	2	1
266	1	2	2	2	1	1	2	2	2
267	1	3	2	2	1	2	2	2	1
268	2	2	2	1	2	1	1	1	1
269	1	2	2	1	1	1	2	2	2
270	2	2	2	2	2	1	1	1	2
271	1	3	2	1	1	1	1	2	2
272	2	2	2	1	2	2	1	1	3
273	1	2	4	2	1	1	1	2	1
274	2	2	3	2	1	2	1	1	3
275	2	2	2	1	1	1	1	1	2
276	1	2	2	1	1	2	2	1	1
277	2	2	1	1	1	1	1	1	2
278	3	2	2	2	1	1	2	2	2
279	2	2	1	1	1	2	1	1	1
280	2	2	2	1	1	1	1	1	1
281	1	3	2	1	2	1	2	2	2
282	1	3	2	1	1	2	2	1	2
283	1	2	2	1	1	1	1	1	1
284	2	3	2	1	1	2	1	1	2
285	1	2	2	2	1	1	2	2	2
286	1	2	2	1	2	2	1	2	2
287	1	2	1	1	1	1	2	2	1
288	2	2	2	1	2	1	1	2	2

ITEM	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
289	2	2	2	1	1	1	1	1	1
290	1	2	2	1	2	1	2	2	2
291	1	2	3	2	1	2	1	1	1
292	1	1	2	2	2	1	1	1	2
293	2	2	1	1	2	1	1	2	2
294	2	1	2	2	1	1	1	1	1
295	1	2	2	1	2	1	1	1	1
296	1	2	2	1	1	1	2	1	1
297	2	2	2	1	1	2	2	1	1
298	1	2	2	1	1	2	2	1	1
299	1	3	2	2	2	1	1	2	1
300	2	1	2	2	1	1	1	1	1
301	1	3	2	1	2	2	1	2	2
302	1	2	2	1	1	1	1	1	1
303	2	2	4	1	2	1	1	2	1
304	2	2	1	1	2	1	1	1	2
305	1	1	3	1	1	1	1	1	2
306	2	2	4	1	1	1	1	1	1
307	1	2	3	1	1	2	2	1	1
308	2	2	3	2	2	1	1	2	2
309	1	2	2	1	1	1	2	2	2
310	2	1	2	2	2	1	1	1	2
311	2	2	2	2	1	1	1	1	2
312	2	2	2	1	2	1	1	1	1
313	2	2	2	1	1	1	2	1	2
314	1	3	2	1	1	2	2	1	1

ITEM	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
315	2	1	2	2	1	1	1	1	1
316	1	1	2	1	2	2	1	2	2
317	1	1	1	1	1	1	2	2	1
318	1	2	2	2	1	1	2	2	2
319	1	1	2	2	1	2	2	2	1
320	2	2	2	1	2	1	1	1	1
321	1	2	2	1	1	1	2	2	2
322	2	3	2	2	2	1	1	1	2
323	1	2	2	1	1	1	1	2	2
324	1	2	2	1	2	2	1	1	3
325	1	1	4	2	1	1	1	2	1
326	1	3	3	2	1	2	1	1	1
327	2	2	2	1	1	1	1	1	2
328	1	3	2	1	1	2	2	1	1
329	2	2	1	1	1	1	1	1	2
330	2	2	2	2	1	1	2	2	2
331	2	2	1	1	1	2	1	1	1
332	2	2	2	1	1	1	1	1	1
333	1	3	2	1	2	1	2	2	2
334	2	1	2	1	1	2	2	1	1
335	2	2	2	1	1	1	1	1	2
336	1	2	2	1	1	2	1	1	1
337	2	2	2	2	1	1	2	2	2
338	2	2	2	1	2	2	1	2	2
339	1	2	1	1	1	1	2	2	1
340	2	2	2	1	2	1	1	1	2

ITEM	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
341	1	2	2	2	1	1	1	1	1
342	1	2	2	1	2	2	1	2	2
343	1	1	1	1	1	1	2	2	1
344	2	2	2	2	1	1	2	2	2
345	1	2	2	2	1	2	2	2	1
346	2	2	2	1	2	1	1	1	1
347	1	2	2	1	1	1	2	2	2
348	2	2	2	2	2	1	1	1	1
349	1	2	2	1	1	1	1	2	1
350	2	2	2	1	2	2	1	1	3
351	1	2	4	2	1	1	1	2	1
352	2	3	3	2	1	2	1	1	3
353	2	2	2	1	1	1	1	1	2
354	1	3	2	1	1	2	2	1	1
355	1	2	1	1	1	1	1	1	2
356	1	2	2	2	1	1	2	2	2
357	2	2	1	1	1	2	1	1	1
358	2	1	2	1	1	1	1	1	1
359	2	2	2	1	2	1	2	2	2
360	2	2	2	1	1	2	2	1	1
361	2	2	2	1	1	1	1	1	2
362	1	2	2	1	1	2	1	1	1
363	3	2	2	2	1	1	2	2	2
364	2	2	2	1	2	2	1	2	2
365	2	2	1	1	1	1	2	2	1
366	2	2	2	1	2	1	1	1	1

ITEM	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9
367	2	2	2	2	1	1	1	1	1
368	1	2	2	1	2	2	1	2	2
369	2	2	1	1	1	1	2	2	1
370	1	2	2	2	1	1	2	2	2
371	1	3	2	2	1	2	2	2	1
372	2	2	2	1	2	1	1	1	1
373	1	2	2	1	1	1	2	2	2
374	1	2	2	2	2	1	1	1	2
375	1	2	2	1	1	1	1	2	2
376	1	2	2	1	2	2	1	1	1
377	2	2	4	2	1	1	1	2	2
378	1	2	3	2	1	2	1	1	1
379	1	2	2	1	1	1	1	1	1
380	1	2	2	1	1	2	2	1	1
381	2	2	1	1	1	1	1	1	2
382	1	2	2	2	1	1	2	2	2
383	2	1	1	1	1	2	1	1	1
384	2	3	2	1	1	1	1	1	1

Erp University Turnitin

https://turnitin.com/t_inbox.asp?r=45.0860622305875&svr=313&lang=es&aid=60177730

1 corrección TT2017 01

BANDEJA DE ENTRADA | ESTÁS VIENDO: TRABAJOS NUEVOS ▾

Entregar archivo Informe de GradeMark | Editar la configuración del ejercicio | Correo electrónico sin remitentes

<input type="checkbox"/>	AUTOR	TÍTULO	SIMILITUD	NOTA	RESPUESTA	ARCHIVO	N° DEL TRABAJO	FECHA
<input type="checkbox"/>	Vanessa Atoche Herna...	VANESSA ATOCHE HERNANDEZ	4%		•		827893137	27-jun-2017
<input type="checkbox"/>	Jose Nazario Zeta Al...	JOSE ZETA ALACHE	4%		•		827890610	27-jun-2017
<input type="checkbox"/>	Wendy Carreño Nima	WENDY CARREÑO NIMA	8%		•		827701018	26-jun-2017
<input type="checkbox"/>	Luis Pacherez Anton	LUIS PACHERREZ ANTON	8%		•		827699814	26-jun-2017
<input type="checkbox"/>	Jean Carlo Miranda E...	JEAN CARLO MIRANDA ELESURU	9%	--	--		827701703	26-jun-2017
<input type="checkbox"/>	Juan Puertas Cruz	JUAN PUERTAS CRUZ	12%		•		827702761	26-jun-2017
<input type="checkbox"/>	Nerith Vasquez Alva	NERITH VASQUEZ ALVA	12%		•		827891767	27-jun-2017
<input type="checkbox"/>	Jonas Murieta	JONAS MURIETA SANANCIMA	13%		•		827890821	27-jun-2017
<input type="checkbox"/>	Abraham Dominguez Pa...	ABRAHAM DOMINGUEZ PALACIOS	16%		•		827700037	26-jun-2017
<input type="checkbox"/>	Madeley Tangoa Villa...	MADELY TANGO VILLACORTA	16%		•		827890404	27-jun-2017
<input type="checkbox"/>	Armandina Pongo	ARMANDINA PONGO	19%		•		827891437	27-jun-2017
<input type="checkbox"/>	Eva Ipanaque Periche	EVA IPANAQUE PERICHE	20%		•		827700774	26-jun-2017

Derechos de autor © 1998 – 2017 Turnitin, LLC. Todos los derechos reservados.

[Política de privacidad](#)
[Acuerdo de Privacidad](#)
[Términos de servicio](#)
[Cumplimiento de la protección de datos de la UE](#)
[Protección de Copyright](#)
[Preguntas legales más frecuentes](#)
[Centro de Ayuda](#)

Windows Taskbar: 12:03 a.m., 28/06/2017