



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES, SECTOR COMERCIO
RUBRO TIENDA DE ROPA, DISTRITO ZORRITOS, 2018”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

AUTORA

SUNCIÓN SAAVEDRA, GREYCI SARITA

ORCID: 0000-0002-5107-6238

ASESOR

EZCURRA ZA VALETA, GHENKIS AMILCAR

ORCID: 0000-0002-9894-2180

TUMBES-PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTORA

Sunción Saavedra, Greyci Sarita

ORCID: 0000-0002-5107-6238

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Tumbes, Perú.

ASESOR

Ezcurra Zavaleta, Ghenkis Amilcar

ORCID: 0000-0002-9894-2180

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables,
Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Tumbes, Perú.

JURADO

Guerrero García, Galvani

ORCID: 0000-0003-1038-1866

Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Villarreyes Guerra, Domingo Miguel

ORCID: 0000-0001-6769-1959

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR

MGTR. LIC. ADM. GALVANI GUERRERO GARCIA

PRESIDENTE

MGTR. LIC. ADM. DARWIN EBERT AGUILAR CHUQUIZUTA

MIEMBRO

MGTR. LIC. EDU. DOMINGO MIGUEL VILLARREYES GUERRA

MIEMBRO

MGTR. LIC. ADM. GHENKIS AMILCAR EZCURRA ZAVALETA

ASESOR

AGRADECIMIENTO

A Dios por su presencia durante este tiempo, por ser mi guía en este proyecto he iluminar mis conocimientos y hacer mis sueños realidad.

A mis padres por el sacrificio que han hecho por mí, durante este tiempo.

DEDICATORIA

Con mucho amor y cariño a mis padres, que me han dejado la mejor herencia que es poder estudiar, que me han apoyado a crecer como persona, inculcándome valores. A mi hermana por ayudarme, y mi hermanito por ser mi inspiración.

RESUMEN

La presente investigación titulada “Caracterización del Financiamiento y competitividad de las Mypes, sector comercio rubro tiendas de ropa, distrito Zorritos, 2018; enfrentó la problemática ¿Cómo se caracteriza el financiamiento y competitividad de las mypes sector comercio rubro tiendas de ropa, distrito Zorritos, 2018? ; la cual tuvo como objetivo general determinar la caracterización del financiamiento y competitividad de las Mypes, sector comercio, rubro tiendas de ropa, distrito Zorritos, 2018. La investigación fue tipo descriptivo, nivel cuantitativo, con diseño no experimental de corte transversal. Teniendo como instrumento la encuesta; para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 8 mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 Preguntas. Concluyo que los propietarios de las tiendas de ropa tienen deudas a corto y largo plazo con un máximo de dieciséis meses, debido a que necesitan financiar su empresa para traer a sus negocios novedades de ropa para los consumidores. Para la variable competitividad tiene un nivel de logro de 0.84 donde significa que las empresas son competitivas.

Palabras Clave: Competitividad, Financiamiento, Mypes, Tiendas de ropa.

ABSTRACT

The present investigation entitled “Characterization of the Financing and competitiveness of the Mypes, trade sector of clothing stores, Zorritos district, 2018; confronted the problem How is the financing and competitiveness of the mypes sector trade sector of clothing stores characterized, Zorritos district, 2018? ; which had as a general objective to determine the characterization of the financing and competitiveness of the Mypes, commerce sector, clothing stores, Zorritos district, 2018. The research was descriptive, quantitative level, with a non-experimental design of cross-section. Having the survey as an instrument; To carry it out, a sample of 8 mypes was chosen in a targeted manner, to which a questionnaire of 22 Questions was applied. I conclude that the owners of clothing stores have short and long-term debts with a maximum of sixteen months, because they need to finance their company to bring new clothes to their businesses for consumers. For the competitiveness variable it has an achievement level of 0.84 where it means that companies are competitive.

Keywords: Financing, Competitiveness, Mypes, Clothing stores.

INDICE

TITULO.....	i
EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
INTRODUCCIÓN.....	11
I. PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
II. REVISION DE LA LITERATURA.....	19
III. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
IV. METODOLOGIA.....	36
4.1 TIPO DE INVESTIGACION.....	36
4.2 NIVEL DE INVESTIGACION.....	36
4.3 DISEÑO DE INVESTIGACION.....	36
4.4 DEFINICIÓN DE VARIABLE Y OPERACIONALIZACIÓN.....	37
4.5 POBLACION Y MUESTRA.....	39
4.6 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE ROCOLECCION DE DATOS.....	40
4.7 PLAN DE ANALISIS.....	40
4.8 MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	42
4.9 PRINCIPIOS ETICOS.....	43
V. RESULTADOS.....	44
5.1 RESULTADOS.....	44
5.2 ANALISIS DE RESULTADOS.....	66

CONCLUSIONES	69
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS.....	70
RECOMENDACIONES.....	70
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	71
ANEXOS.....	77
ANEXOS 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDAD.	77
ANEXOS 02: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.....	78
ANEXOS 03: ENCUESTA.....	79
ANEXOS 04: MATRIZ DE DATOS	83
ANEXOS 05: SOLICITUD DE INFORMACION.....	84
ANEXOS 06: VALIDACIÓN POR EXPERTOS.....	85
ANEXOS 07: FOTOGRAFIAS	88

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Sexo	44
Tabla 2: Edad del propietario	45
Tabla 3: La Empresa inscrita en el registro remype	46
Tabla 4: Años de permanencia de la empresa	47
Tabla 5: Obtención de préstamo en una entidad financiera	48
Tabla 6: Quien le proveyó el préstamo	49
Tabla 7: Monto del préstamo	50
Tabla 8: Plazo del Préstamo	51
Tabla 9: Cuota mensual del préstamo	52
Tabla 10: Destino del préstamo	53
Tabla 11: Aporte de capital de los socios	54
Tabla 12: Distribucion De Ganancias	55
Tabla 13: Monto que invierten	56
Tabla 14: Reparto de ganancias	57
Tabla 15: Venta diaria	58
Tabla 16: Porcentaje de ganancias de ventas	59
Tabla 17: Ganancia anual	60
Tabla 18: Dimensión Operaciones Productivas	61
Tabla 19: Dimensión Posicionamiento	62
Tabla 20: Dimensión Innovación	63
Tabla 21: Dimensión Servicio Postventa	64
Tabla 22: Resumen De Dimensiones De Competitividad	65

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Sexo	44
Gráfico 2: Edad del propietario	45
Gráfico 3: La empresa inscritas en el registro remype	46
Gráfico 4: Años de permanencia de la empresa	47
Gráfico 5: Obtención de préstamo en una entidad financiera	48
Gráfico 6: Quien le proveyó el préstamo	49
Gráfico 7: Monto del préstamo	50
Gráfico 8: Plazo del préstamo	51
Gráfico 9: Cuota mensual del préstamo	52
Gráfico 10: Destino del préstamo	53
Gráfico 11: Aporte de capital de los socios	54
Gráfico 12: Distribucion De Ganancias	55
Gráfico 13: Monto que invierten	56
Gráfico 14: Reparto de ganancias	57
Gráfico 15: Venta diaria	58
Gráfico 16: Porcentaje de ganancias de ventas	59
Gráfico 17: Ganancia anual	60
Gráfico 18: Dimensión Operaciones Productivas	61
Gráfico 19: Dimensión Posicionamiento	62
Gráfico 20: Dimensión Innovación	63
Gráfico 21: Dimensión Servicio Postventa	64
Gráfico 22: Resumen De Dimensiones De Competitividad	65

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “Caracterización del Financiamiento y competitividad de las Mypes, sector comercio rubro tiendas de ropa, distrito Zorritos, 2018; enfrentó la problemática ¿Cómo se caracteriza el financiamiento y competitividad de las mypes sector comercio rubro tiendas de ropa, distrito Zorritos, 2018? ; la cual tuvo como objetivo general determinar la caracterización del financiamiento y competitividad de las Mypes, sector comercio, rubro tiendas de ropa, distrito Zorritos, 2018 y como objetivos específicos

1. Conocer el pasivo en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018;
2. Identificar las acciones en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018;
3. Conocer las operaciones productivas en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018;
4. Establecer el posicionamiento en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018;
5. Evaluar la innovación en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018;
6. Medir el servicio postventa en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018.

La investigación fue tipo descriptivo, nivel cuantitativo, con diseño no experimental de corte transversal. Teniendo como instrumento la encuesta; para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 8 mypes, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 Preguntas.

Este proyecto estudia los canales, fuentes de financiamiento y la competitividad de las MYPES del sector comercio rubro tiendas de ropa del distrito Zorritos año 2018, de esta manera poder conocer los costos, utilidades y la rentabilidad; la forma de obtener el capital de trabajo según la necesidad que tendría la empresa y pueda generar ganancias.

La investigación permitirá conocer si las empresas de sector comercio son más competitivas, estas innovan, y están con las últimas tendencias del mercado para que sen más eficaces y eficientes que sus competidores. Cuyos beneficiados serán las mypes en estudio, actualmente las empresas del sector comercio de esta investigación necesitan incrementar su productividad, introduciendo métodos que le permiten mejorar el rendimiento de bienes y servicio.

Las empresas del sector comercio rubro tiendas de ropa del distrito Zorritos al conocer los canales y fuentes de financiamiento permitirá acceder a mejores fuentes de financiamiento y por ende ser más competitivas al ofrecer mejor calidad de servicio, vender productos de mejor calidad y en tendencia, y que los locales sean más llamativos para los clientes.

Estos resultados no solo serán beneficiados para las mypes del sector comercio rubro tiendas de ropa del distrito Zorritos en estudio, sino también para las provincias de Tumbes, Zarumilla y otras ciudades a nivel nacional y otros rubros. Ya que encontraran buena información referente al financiamiento y competitividad.

I. PLANEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PLANEAMIENTO DEL PROBLEMA

CARACTERIZACIÓN DEL PROBLEMA

En el ámbito político respecto a *las facilidades para la creación de negocios*, el diario La República (2017) nos dice que tiene un conjunto de incentivos para conformar una empresa, generar empleo, crear riqueza y aportar al desarrollo del país, gracias al esfuerzo sin precedentes del Gobierno en aportar herramientas administrativas y crear un marco legal acorde con la necesidad de un Estado moderno y expeditivo en la atención al ciudadano. (Diario Oficial Del Bicentenario El Peruano, 2017)

Además, se han creado *tratados comerciales* en donde establece medidas enfocadas en brindar transparencia a las normas vinculadas al comercio exterior, agilizar y simplificar los trámites relacionados al despacho de las mercancías, reducir las trabas al flujo de mercancías y a generar equidad en las decisiones de las entidades de control. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2017)

En el ámbito económico respecto del *IGV en los bienes y servicios* afectan a la prestación o utilización de servicios en el Perú, importación de bienes, el tributarito Jorge Picón, socio del estudio Picón & Asociados, explica que las empresas (sociedad y personas con negocio) por la venta de bienes y prestación de servicios deben agregar a su valor de venta el 18% por concepto de IGV. Asimismo, afirma que la empresa está obligada a declarar y pagar

mensualmente el IGV de la forma como indica la SUNAT. El especialista agrega que la SUNAT tiene diversos mecanismos para verificar el pago de los impuestos bajo su administración, tales como cruces de información, entre otros. En ese sentido, Picón recomienda a los empresarios mantener ordenados los libros contables y declaraciones juradas, así como planificar financieramente las operaciones futuras. (Destino Negocio, 2018)

Además, el *tipo de interés de financiamiento* para las micro y pequeñas empresas (mypes) varían entre 20% a 50% anual, pero este costo de financiamiento tendrá una reducción sustancial a partir de julio, cuando las cajas municipales, en alianza con el Banco de Desarrollo del Perú (Cofide), presenten un nuevo producto destinado a las mypes exportadoras. El presidente de la Federación de Cajas Municipales (Fepmac), Jorge Solís, anunció que la tasa de financiamiento de este nuevo producto será menor a 10% anual. “Serán tasas preferenciales y pueden llegar a entre 5% y 7%. Mayores a 10% no, pues sino ya no serían preferenciales”. (Gestión, 2018)

En el ámbito social respecto a la *confianza del consumidor* nos dice que es el grado de optimismo ante la situación económica y grado de seguridad respecto a sus ingresos, es clave en el gasto del consumidor, es decir, es clave en el consumo, una de las actividades clave de la economía. De forma general, una confianza del consumidor alta propulsará la expansión económica al estar gastando más y no reteniendo el dinero y recursos. Por el contrario, una confianza del consumidor baja se tenderá más al ahorro que al gasto lo que

quita dinamismo económico y provoca contracción del crecimiento económico. Una tendencia a la baja continuada de la confianza del consumidor es indicativa de un sentimiento negativo y generalizado de la situación económica, por ejemplo, si los consumidores en general sienten que es difícil encontrar y mantener un empleo en la situación económica actual, su confianza bajará y descenderá el gasto enlenteciendo el crecimiento económico. (Efxto, 2011)

Por consiguiente, *distribución de los ingresos* es la suma de todos los ingresos generados por todos los factores de producción de un país. Y un indicador económico global que muestra la relación entre la población y el ingreso nacional en un periodo determinado de tiempo. Muestra la forma en que se distribuye el ingreso nacional entre los diferentes factores de la producción (tierra, trabajo, capital y organización). De esta manera, a la tierra le corresponde la renta; al trabajo, el sueldo y el salario; al capital, la ganancia y el interés; y a la organización, el beneficio. (Jara, 2015)

En el ámbito tendencias respecto al *uso de tecnología del consumidor* cada uno de nosotros tenga un mayor acceso a la información no hace otra cosa que mejorar nuestras habilidades de consumo, obteniendo más capacidad de elección y de negociación. Para las compañías que introducen nuevos productos desarrollar estrategias de comercialización y comunicación que ayuden a los consumidores a disminuir los diferentes tipos de incertidumbre y riesgos que se perciben en la compra y uso de los nuevos productos. Los avances tecnológicos han hecho que los consumidores adopten nuevos

patrones de comportamiento al comprar y usar productos y servicios. Por ejemplo, a través del uso de la Internet, un consumidor puede buscar y encontrar rápidamente información sobre productos y servicios, puede evaluar y comparar productos y precios con tan solo unos clics; fijar el precio de un producto.(Castaño, 2007)

Además, en los *Nuevos productos y desarrollo* nos dice Unesco que en los gastos en investigación y desarrollo son gastos corrientes y de capital (público y privado) en trabajo creativo realizado sistemáticamente para incrementar los conocimientos, incluso los conocimientos sobre la humanidad, la cultura y la sociedad, y el uso de los conocimientos para nuevas aplicaciones. El área de investigación y desarrollo abarca la investigación básica, la investigación aplicada y el desarrollo experimental. El Perú gasta en inversión y desarrollo (PBI) 0.149%. (UNESCO, 2018)

En el ámbito ecológico respecto a la *Legislación sobre reciclaje de residuos*, el ministerio del ambiente nos dice que el Perú podría convertirse en un tratamiento de residuos sólidos, de manera que generemos mayores ingresos, inversión, mayor empleo y altos estándares de manejo ambiental. En ese sentido estamos incorporando el uso de tecnologías de punta en el manejo de residuos sólidos, lo que permitirá darle mayor valor a la nueva materia prima y la consolidación de emprendimientos vinculados al sector.(Ministerio del Ambiente, 2015)

Por consiguiente, en *Amenazas de los procesos productivos* nos dice que el sondeo del Inacal mostró que el 18% de las empresas encuestadas aplica Normas Técnicas Peruanas (NTP) en alguna etapa de sus procesos productivos. De este universo, el 97,5% reporta un beneficio positivo: 45% considera que amplía su mercado, el 44,6% mejora su productividad y un 19,8% indica haber reducido costos como consecuencia del uso de estos servicios. (El Comercio, 2018)

En el ámbito legal respecto a la *Ley de Mypes* nos dice el instituto constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (Instituto Pacifico, 2011)

Por consiguiente, la *ley de competencia*, según Roldan dice que, en un sistema de libre mercado, se tiene la confianza de que el libre intercambio entre compradores y vendedores será el mejor sistema para alcanzar la eficiencia. No obstante, se reconoce que en algunas ocasiones es necesario que el Estado intervenga con el fin de prevenir y sancionar conductas que estén orientadas a limitar la competencia. (Roldán, 2018)

ENUNCIADO DEL PROBLEMA

¿Cómo se caracteriza el financiamiento y competitividad de la MYPES, sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018?

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

- Determinar la caracterización del Financiamiento y competitividad de las MYPES, sector comercio rubro tienda de ropa distrito Zorritos, 2018.

OBJETIVO ESPECÍFICO

- Conocer el pasivo en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018.
- Identificar las acciones en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018.
- Conocer las operaciones productivas en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018.
- Establecer el posicionamiento en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018.
- Evaluar la innovación en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018.
- Medir el servicio postventa en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1 ANTECEDENTES

Según (López & Farías, 2018) . En su investigación “*Análisis de alternativas de financiamiento para las pymes del sector comercial e industrial de Guayaquil*”. Su investigación tiene como propósito Establecer referencias que permitan conocer otras formas de financiamiento, no tradicionales, a las pequeñas y medianas empresas del sector industrial y comercial de Guayaquil; con un diseño de investigación descriptivo, explicativa ; una población de 29 pymes ; utilizando como instrumento de recolección de datos entrevistas y encuestas ; concluyó Bajo los datos obtenidos en las encuestas y por medio de la bibliografía y demás fuentes, denotamos que se puede lograr un mayor volumen de financiamiento a un menor coste financiero a través del mercado de valores, que para nuestro caso fue un ahorro de cerca del 2% y un ahorro de \$ 52 342.50 en cifras.

Para (Moran, 2018). En su investigación “*Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio hospedaje del distrito de Aguas Verdes, 2017*”. Su investigación tiene como propósito Determinar y describir las principales características del financiamiento y rentabilidad de las MyPes el sector servicio rubro hospedajes en el distrito de Aguas Verdes, 2017, con un diseño de investigación descriptivo, su nivel es cuantitativo y el diseño es no experimental; con una población de 12 propietarios, utilizando como instrumento de recolección de datos cuestionario, concluyó que se identificó que el financiamiento

genera mayor rentabilidad a la MyPe. Esto se refuerza con la opinión de los encuestados que han manifestado que el financiamiento ha mejorado la rentabilidad de sus empresas. Se determinó que mayoría de microempresarios están empleando estrategias para aumentar su rentabilidad en base al análisis de los resultados económicos obtenidos en el presente año.

Por consiguiente (Namuche, 2018) . En su investigación “*Caracterización de la gestión de calidad y competitividad en las mypes en el sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Tumbes,2017*”. Su investigación tiene como propósito Determinar las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad en las MyPes del sector Servicio, rubro Hospedajes en el Distrito de Tumbes, 2017; con un diseño de investigación descriptivo, nivel de investigación es cuantitativo y el diseño es no experimental de corte trasversal; una población 79 trabajadores de los hospedajes; utilizando como instrumento de recolección de datos encuestas; concluyó que se identificó que los usuarios de las MyPes encuestadas manifiestan experimenta una buena sensación pero que existe inconveniente para contactarse con la persona idónea, brindado un servicio lento, con un lenguaje poco claro, y no promueve un servicio de calidad, así mismo le toman en cuenta a la competencia para mejorar el servicio e instalaciones, desarrollan capacitaciones que ayude a mejorar el servicio, considerando los jefes la empatía como la más importante, para brindar el servicio.

Por su parte (Bruno, 2018). En su investigación “*Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las mypes del sector comercio, rubro accesorios y autopartes de vehículos mayores, en el distrito de Tumbes,2017*”. Su investigación

tiene como propósito Determinar las características del financiamiento y rentabilidad de las MyPes, sector comercio, rubro accesorios y autopartes de vehículos mayores, en el distrito de Tumbes, 2017; con un diseño de investigación descriptivo, de nivel cuantitativo y de diseño no experimenta; una población 12 empresas MyPes del sector en estudio; utilizando como instrumento de recolección de datos cuestionario; concluyó lo siguiente: De acuerdo al financiamiento, dimensión préstamos bancarios, la mayor parte de las MyPes en estudio si trabajan con entidades financieras, teniendo en cuenta la tasa de interés y los plazos que le es otorgado sus créditos; respecto a dimensión capacidad de endeudamiento, las empresas MyPes encuestadas si tienen una capacidad económica como hacer frente a su pasivo. En lo que consiste a rentabilidad, dimensión ventas las MyPes en su totalidad si cumplen con las ventas estimadas de su plan de negocio, por ende, se considera un negocio rentable; respecto a dimensión liquidez, las MyPes si cuentan con una liquidez factible para cubrir cualquier imprevisto económico que se pueda presentar dentro de la misma.

Y (Alvarado, 2018). En su investigación *“Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las mypes del sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017”*. Su investigación tiene como propósito Describir la Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MyPes, sector comercio, rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017; con un diseño de investigación descriptivo, nivel de investigación es cuantitativo y el diseño de la investigación es no experimenta; una población Doce Tiendas Comerciales de Ropa para Damas; utilizando como instrumento de recolección de datos cuestionario; concluyó que se ha quedado reflejado plenamente, que las MyPes

afrontan al inicio de su entorno empresarial algunos problemas con respecto a la Competitividad y Gestión de Calidad. Sin embargo, han desarrollado diferentes capacidades para sus negocios y poder ver la calidad de ropa que estas venden, también se ejecutan estrategias específicas para obtener una buena competitividad en el mercado, mejorando la calidad de ropa para damas que se ofrece.

Para (Ibarra, Gonzáles, & Demuner, 2017) . En su investigación “*Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California*”. Su investigación tiene como propósito. determinar el nivel de competitividad empresarial de las pymes manufactureras de Baja California e identificar las áreas que dentro de ellas, influyen en dicha competitividad; con un diseño de investigación descriptivo, correlacional y de corte transversa; una población 195 empresas; utilizando como instrumento de recolección de datos encuesta; concluyó entre los hallazgos tenemos que las pymes en el estado presentan un nivel de competitividad medio-bajo, sin mostrar relación entre el tamaño de las empresas y su competitividad, mientras que el área de producción-operaciones resultó ser más significativa para su nivel de competitividad. Si bien el instrumento de medición que se aplicó no tiene proporcionalidad a nivel de municipios y subsector, sí nos permite acercarnos al funcionamiento interno de las pymes.

Según (Regalado, 2016). En su investigación “*El Financiamiento y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del Perú, caso de la empresa Novismar E.I.R.L.* Su investigación tiene como propósito Determinar y describir la influencia del financiamiento en la rentabilidad del micro y pequeñas empresas del

Perú. Caso de la empresa Novismar E.I.R.L; con un diseño de investigación descriptiva, bibliografía, documental y de caso; una población del propietario de la empresa; utilizando como instrumento de recolección datos fichas bibliográficas; concluyo que el financiamiento si influye positivamente en la rentabilidad de las Mypes del Perú siempre y cuando se optimice y se haga un uso adecuado del endeudamiento, lo que permita mejorar la rentabilidad sobre recursos propios; es decir; aumentar la productividad y sus ingresos.

Para (Peña, 2016). En su investigación *“Caracterización de la capacitación y competitividad en las mype, rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, año 2016”* Su investigación tiene como propósito determinar las características que tiene la capacitación y la competitividad en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de la ciudad de Piura, año 2016; con un diseño de investigación nivel descriptivo, con un diseño no experimental, de corte transversal; una población de 15 colaboradores; utilizando como instrumento de recolección de datos la entrevista y cuestionario; concluyo que se determinó que las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE del rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, se basan en que a estas MYPE le faltan realizar nuevas técnicas de capacitación, para que sus colaboradores desarrollen más habilidades, actitudes y cambios de conductas; además en cuanto a la competitividad presentan ventajas competitivas, en su ubicación, calidad de productos y precios, como estrategia de diferenciación deben ofrecer recomendaciones nutricionales y servicio de delivery.

Además, (Zavala, 2016). En su investigación *“Caracterización del financiamiento, competitividad y formalización de las mypes del sector turismo – rubro hotelería del distrito de cabanaconde, provincia de Caylloma, región Arequipa, periodo 2014 – 2015”*. Su investigación tiene como propósito , determinar las principales características del financiamiento, competitividad y formalización de las MYPES del sector turismo – rubro hotelería y hospedaje del distrito de Cabanaconde, provincia de Caylloma, región Arequipa, periodo 2014 – 2015; con un diseño de investigación descriptivo-cuantitativo; una población de 28 representantes de una población de 34; utilizando como instrumento de recolección de datos de una encuesta; concluyo que el total de MYPES encuestadas del rubro hotelería del Distrito de Cabanaconde provincia de Caylloma en la región Arequipa, debido a estar legalmente constituidas y formalizadas se les generan ventajas, tales como el acceso a créditos, aumento en las ventas, crecimiento sostenido en el mercado.

Como (Mercado, 2014). En su investigación *“El mercado de valores como fuente de financiamiento para la micro y pequeña empresa”*. Su investigación tiene como propósito Viabilizar el financiamiento de la Micro y Pequeña Empresa a través del Mercado de Valores; con un diseño de investigación Descriptiva, correlacional; una población de propietarios; utilizando como instrumentos de recolección de datos la encuesta, concluyo que Es innegable la trascendencia de las MYPE en el Perú, más del 99 % son micro y pequeñas empresas; además, contribuye con más del 70 % de la PEA; por el contrario a su tamaño, resulta cada vez menor su contribución al PBI (menos de 40 %). Sin embargo, las necesidades de financiamiento para su funcionamiento y crecimiento, no han sido abordadas eficientemente por los entes

competentes, aunado a esto, está el difícil acceso a los recursos financieros en el mercado de dinero, por los distintos requisitos exigidos como solvencia, rentabilidad, patrimonio y afianzamiento que le son difícil de cubrir al momento de solicitar un crédito a corto plazo, donde las tasas de interés no son preferenciales, provocando su descapitalización y por consiguiente se declaran en suspensión de pagos o en quiebra.

2.2 BASES TEORICAS Y CONCEPTUALES

2.2.1 FINANCIAMIENTO

DEFINICIÓN

“El financiamiento de una empresa puede dividirse en una necesidad permanente y una necesidad temporal. La necesidad permanente, compuesta por el activo fijo más la parte que permanece del activo circulante de la empresa”. (Gitman, 1996)

Según Modigliani y Miller (1958) considera que:

El financiamiento, busca equilibrar los costos y las ventajas del endeudamiento que una empresa o sector económico puede poseer; permitirá fundamentar los valores de apalancamiento, amortización de pasivos a plazos, que se utilizarían para acrecentar los niveles de capital de la empresa y serán utilizados en diferentes operaciones económicas, de índole operativa, financiera u otro, con el fin de elevar dicho nivel al máximo posible.

Por consiguiente, Enciclopedia de Clasificaciones (2017) afirma que:

El financiamiento es el acto mediante el cual una organización se dota de dinero, la adquisición de bienes y servicios es fundamental a la hora de emprender una actividad económica, por lo que el financiamiento es un paso insoslayable a la hora de considerar un emprendimiento de cualquier tipo.

CARACTERISTICAS

(Universidad Privada Boliviana, 2017), nos muestra diferentes características a continuación:

1) El financiamiento es muy importante para los resultados de estudio para realizar el formato de solicitud, no se constituye en un crédito para la empresa y no se cobran intereses por el mismo. Tampoco se constituye en una donación, a fin de exigir a la empresa responsabilidad en el manejo de los fondos eventualmente otorgados. Las condiciones de devolución del financiamiento a las instituciones seleccionadas serán pactadas y negociadas al momento de ser otorgado; 2) En caso de ser elegidas para acceder al financiamiento, la empresa se beneficiará automáticamente de la experticia de las instituciones involucradas en temas de desarrollo tecnológico, gestión, marketing, apertura de mercados, etc., a través del desarrollo de un plan de inversión diseñado de manera conjunta con la empresa; 3) En caso de no ser elegidas para acceder al financiamiento, la empresa se beneficiará de un informe oficial de esta decisión que incluye un análisis objetivo y confidencial de las ventajas y desventajas competitivas de su actividad con respecto a otras actividades similares.

VENTAJAS

Grupo Financiero Base (2016) afirma que si ya tenemos la estrategia de crecer nuestro negocio, solicitando un crédito, debemos tener en cuenta las siguientes ventajas: 1) Asegura nuestro flujo de efectivo: Las empresas tienen recursos cuando tienen faltantes y regresan con un tasa de interés cuando cumplen su ciclo financiero; 2) Herramienta de negociación de la empresa con sus clientes y proveedores: el crédito se constituye en un respaldo para negociar condiciones óptimas de volúmenes, precios y plazos; 3) Sirve para financiar la ampliación y modernización de las empresas (activos fijos): Por el costo

que representa, no podría hacerlo con recursos propios, ya que los negocios tendrán que depositar efectivo por un determinado tiempo.

DESVENTAJAS

(Grupo Financiero Base, 2016) dice que obtener una financiación, debemos realizar una proyección del negocio, para determinar si el objetivo de la inversión y diseñar diferentes escenarios de pagos, con la finalidad de evitar deudas, es por eso que enumera las siguientes desventajas: 1) De no hacerlo, la contratación del financiamiento se irá en otras atenciones y perderás su objetivo inicial; 2) Asumir una deuda representa un paso significativo en tu negocio; mide con mucha anticipación tus ingresos a fin de que los egresos sean suficientes para pagarla puntualmente; 3) Un retraso en el pago del financiamiento te puede desestabilizar enormemente las finanzas de tu negocio y peor, te puede negar acceso a créditos futuros.

IMPORTANCIA

Es importante porque nos permite conocer toda la gama de alternativas de financiamiento para tomar la mejor decisión. Lo ideal es alcanzar aun de ser financiados utilidades, caso contrario. No permitamos colocar nuestra empresa en manos de terceros si existe la alternativa de análisis y plantear cual es la mejor opción que podemos elegir. (Cienfuentes, 2013)

PASIVO

“El pasivo consiste en las deudas y obligaciones que una empresa posee, con las que financia su actividad y le sirve para pagar su activo. Comprende las

obligaciones actuales de la empresa que tienen origen en transacciones financieras pasadas”. (Llorente, 2018)

El pasivo esta subdivido por:

1. Pasivo corriente: “Es la parte del pasivo que contiene las obligaciones a corto plazo de una empresa. Es decir, las deudas y obligaciones que tienen una duración menor a un año. Por ello, también se le conoce como exigible a corto plazo”. (Llorente, 2018)
2. Pasivo no corriente: “Está formado por todas aquellas deudas y obligaciones que tiene una empresa a largo plazo. Es decir, las deudas cuyo vencimiento es mayor a un año. Al tener un vencimiento mayor a un año, solo deberán para los intereses”.(Llorente, 2018)

ACCIONES

Es el capital aportado, las capitalizaciones de reservas, acreencias y utilidad, y las reducciones de capital, se reconocen en esta cuenta cuando se ha completado la forma legal, incluyendo la inscripción en el registro público correspondiente. Los acuerdos de accionistas, socios o participacioncitas sobre tales incrementos y disminución del capital, se conservan hasta la procedencia de inscripción en el registro público. (Plan general contable, 2016)

2.2.2 COMPETITIVIDAD

DEFINICIÓN

Ivancevich y Lorenzi (1997) “Considera que la competitividad es la medida en que una nación, bajo condiciones de mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicio que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales, manteniendo y aun aumentando al mismo tiempo, la renta real de sus ciudadanos”.

Además, Enrigh (1994) “Considero que la competitividad de una empresa es su capacidad para suministrar bienes y servicio igual o más eficaz y eficiente que sus competidores”.

Por consiguiente, Porter (1985) “Señala que la competitividad es la capacidad de una empresa para producir y mercader productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales”.

CARACTERISTICAS

“Se enumera las siguientes características: 1) Eficiencia: productividad y control de costos; 2) Calidad: confiabilidad, durabilidad y estética del producto; 3) Innovación: diferenciación, agilidad y flexibilidad; 4) Sustentabilidad: producción limpia”. (Angie, 2009)

VENTAJAS

“Se describe las siguientes ventajas: 1) Se junta el esfuerzo en perímetros organizativos y de procedimientos competitivos; 2) Consiguen mejoras en

un corto plazo y resultados visibles; 3) Si existe reducción de productos defectuosos, trae como consecuencia una reducción en los costos, como resultado de un menor consumo de materia prima de mejor calidad; 4) Favorece a adaptarse en los procesos de avances tecnológicos; 5) Permite eliminar procesos repetitivos de poco rendimiento evitando así gastos innecesarios”. (Olga, 2010)

DESVENTAJAS

“Se describe las siguientes desventajas: 1) Cuando el mejoramiento se concentra en un área específica de la organización, se pierde la perspectiva de la interdependencia que existe entre todos los miembros de la empresa; 2) Requiere de un cambio en toda la organización, ya que para obtener el éxito es necesaria la participación de todos los integrantes de la organización y a todo nivel; 3) En vista de que los gerentes en la pequeña y mediana empresa son muy conservadores, el mejoramiento Continuo se hace un proceso muy largo; 4) Hay que hacer inversiones importantes”. (Olga, 2010)

IMPORTANCIA

La importancia de la competitividad radica en saber cómo administrar los recursos de la empresa, incrementar su productividad y estar prevenido a los requerimientos del mercado. Como sabemos la ventaja competitiva se fundamenta en la “productividad” y en los factores que la determinan dentro de la empresa; debido a ello es necesario saber que la productividad es la relación entre la producción obtenida mediante un sistema de producción de bienes y/o servicios y los recursos utilizados para obtenerla, es decir su uso

eficiente o la relación entre los resultados logrados con obtenidos con los recursos y el tiempo que se haya conseguido. (García, 2015)

OPERACIONES PRODUCTIVAS

(Geo tutoriales, 2015) dice que es el desarrollo y organización de la función de producción con el objetivo de alcanzar ventajas competitividad, entre ello tenemos los siguientes grados de calidad de las operaciones productivas:

1. Calidad de procesos: “La calidad, no solo es en los procesos de producción sino en todos los procesos productivos de una organización, se ha tornado fundamental, no solo para garantizar la satisfacción del cliente, sino para la productividad, rentabilidad y competitividad de las organizaciones, el cual se ha convertido en una práctica estratégica en las empresas”.(Herramienta Empresariales, 2017)
2. Capacidad de tecnología y costes: “Es una ciencia y tecnología y necesariamente se vincula a transferencia de tecnología, comercio de tecnología, patente, marca; en tecnología abarcan aspectos que permiten reconocer el termino como asimilado a la teoría tecnológica. Nos permite conocer la existencia de los llamados costos totales, costes fijos, costes variables, coste marginal y todos los costes medios”.(Carvajal, 2019)
3. Rapidez en plazos de entrega: “Tiene como propósito de que el cliente reciba, en tiempo y forma, el producto requerido, es

por ello que esta disciplina ha adquirido mucho auge en tiempos recientes”. (Bruguete, 2015)

4. Seriedad en plazos de entrega: “Periodo de tiempo empleado (largo-corto) en el suministro de los productos y/o servicios que la empresa venta”.(Manene, 2014)

POSICIONAMIENTO

Posicionamiento se refiere a la imagen de la marca o producto el consumidor en la mente, tenemos los siguientes factores:

- 1) Imagen de empresa: Este posicionamiento se construye a partir de la percepción que tiene el consumidor de nuestra empresa, respecto a la competencia; 2) Imagen de marca de los productos: Es un proceso que trata de crear una estrategia, con la visión de llevar a nuestra empresa desde su imagen actual a la imagen deseamos. (Moraño, 2010)

INNOVACION

La innovación es para mejorar la imagen de la empresa, realizando grandes cambios organizacionales, tecnológicos o productivos, con el objetivo que ser eficaz y mantenerse en el mercado, tenemos las siguientes innovaciones empresariales:

1. Diferenciación de productos: Se define como una estrategia competitiva, su finalidad es que el consumidor perciba el producto de una forma diferente del competidor. Es fundamental tener en cuenta las diversas condiciones como la calidad, color, tamaño, modelo.(Roldan, 2017)

2. Diseño innovador: Es importante fabricar productos que sean atractivas para el consumidor y se diferencie en el mercado. Para que el diseño sea exitoso debemos tener en cuenta la viabilidad económica, factibilidad tecnológica y el deseo de las personas.(Sobejano, 2011)

SERVICIO POSTVENTA

Esta dimensión ayuda a las empresas a tener clientes fieles y nos brinda posibilidades de atraer clientes nuevos.

1. Capacidad de adquirir nuevos clientes: “Las empresas que intentan aumentar sus ventas y beneficios tienen que emplear un tiempo y unos recursos considerables para lograr nuevos clientes, para conseguir nuevos clientes puede costar cinco veces más que satisfacer y retener a los clientes actuales”. (Kotler, Camara, Grande y Cruz; 2016)
2. Servicio post venta y atención al cliente: “Es seguir ofreciendo atención al cliente después de la compra, es una de las formas de generar lealtad de tu marca y conseguir la fidelidad, un cliente satisfecho es la mejor publicidad que puede tener las empresas, ya que incentiva el marketing”.(Piccini, 2015)
3. Conocimiento y análisis exhaustivo: Una forma de llegar a los clientes es mediante los canales de comunicación como redes sociales, campañas de anuncio, blogs. Esto ayuda a conocer las preferencias de los consumidores. (Marketing Directo, 2017)

2.2.3 MYPES (LEY DE PROMOCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE LAS MYPES)

CARACTERÍSTICAS	MICRO	PEQUENA
N° trabajadores	De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive	De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive.
Niveles de ventas anuales	Anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)	A partir del monto máximo señalado para las microempresas y hasta 850 Unidades Impositivas Tributarias - UIT
Indemnización por despido arbitrario	10 remuneraciones diarias por cada año completo de servicios, con un tope máximo de 90 remuneraciones diarias	20 remuneraciones diarias por cada año completo de servicio, con un máximo de 120 remuneraciones diarias.
Beneficios	1. Remuneración Mínima Vital.	1. Remuneración mínima vital.
	2. Jornada máxima.	2. Jornada máxima.
	3. Descanso semanal.	3. Descanso semanal.
	4. Trabajo en sobretiempo.	4. Feriados.
	5. Feriados.	5. Vacaciones: 15 días. Posibilidad de reducción de 15 a 7 días calendario.
		6. CTS: 15 remuneraciones diarias por año completo de servicios. Tope máximo de 90 remuneraciones diarias.
	Vacaciones: 15 días. Posibilidad de reducción de 15 a 7 días calendario.	7. Dos gratificaciones al año: Fiestas patrias y navidad. Equivalentes a ½ remuneración cada una.
		8. SCTR a cargo de empleador.
		9. Seguro de vida a cargo del empleador.
		10. Derecho Colectivo.
		11. Derecho a participar de las utilidades
Seguro Complementario de trabajo de riesgo	No	Si

III. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

Dicho por Fidias (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.

IV. METODOLOGIA

4.1 TIPO DE INVESTIGACION

El estudio fue de tipo descriptivo, su propósito es describir realidades, hechos, fenómenos, buscando especificar sus características (Rodríguez, 2010).

4.2 NIVEL DE INVESTIGACION

La investigación fue de nivel cuantitativo, porque confirma la obtención de datos sin manipularlos. (Bernal, 2010).

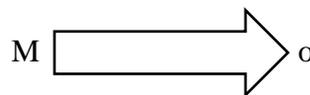
4.3 DISEÑO DE INVESTIGACION

La investigación es de diseño no experimental dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad. (Bernal, 2010). El diseño de la investigación será no experimental descriptivo, de corte transversal.

Donde:

M= Muestra conformada por los propietarios de tiendas de ropa.

O= Observación de las variables: Financiamiento y competitividad.



4.4 DEFINICIÓN DE VARIABLE Y OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLE	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM'S	ESCALA DE VALORACIÓN
F I N A N C I A M I E N T O	Enciclopedia de clasificaciones Considero que el financiamiento es el acto mediante el cual una organización se dota de dinero, la adquisición de bienes y servicios es fundamental a la hora de emprender una actividad económica, por lo que el financiamiento es un paso insoslayable a la hora de considerar un emprendimiento de cualquier tipo.	Se pretenderá determinar, (2017). describir las características de financiamiento de las mypes materia de una investigación mediante la aplicación de una serie de interrogantes indicadores formuladores de preguntas.	P A S I V O A C C I O N E S	Otorgamiento de préstamo en una entidad financiera	¿En el último año, Usted ha hecho un <u>préstamo a una entidad financiera?</u>	O P C I Ó N M Ú L T I P L E
				Quien le proveyó el préstamo	¿Cuál es la entidad financiera que le <u>ha prestado?</u>	
				Monto del préstamo	¿Cuál es el monto que le han <u>otorgado?</u>	
				Plazo del préstamo	¿Cuál es el <u>plazo?</u>	
				Cuota mensual del préstamo	¿Cuál es la cuota o monto mensual a <u>pagar?</u>	
				Destino del préstamo	¿Cuál fue el destino del préstamo <u>adquirido?</u>	
				Aporte de capital de los socios	¿En el último año ha obtenido un <u>nuevo aporte de capital de los socios actuales?</u>	
				Capital	¿Cuál fue su aporte de capital del <u>nuevo socio?</u>	
				Porcentaje de distribución de ganancias	¿Las ganancias que tiene su empresa, <u>en qué porcentaje lo distribuyen?</u>	
				Venta diaria	¿Cuánto vende <u>aproximadamente diario?</u>	
Porcentaje de ganancias	¿Cuál es <u>porcentaje de ganancia de sus ventas?</u>					

VARIABLE	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM'S	ESCALA DE VALORACIÓN
C O M P E T I T I V I D A D	Enrigh (1994) Se pretende que la determinar, describir competitividad de las características de una empresa es su competitividad de las capacidad para mypes materia de suministrar bienes investigación y servicio igual o mediante la más eficaz y aplicación de una eficiente que sus serie de competidores. interrogantes indicadores formuladores de preguntas.		Operaciones productivas	El grado de la calidad de las operaciones productivas	La calidad de los procesos de fabricación o de prestación del servicio	E S C A L A
					Capacidad tecnológica mejores costos	
					La rapidez en los plazos de entrega	
					<u>Seriedad en los plazos de entrega</u>	
			Posicionamiento	El grado de posicionamiento	Imagen de empresa seria en nuestros clientes	D E
					Imagen de marca de nuestros productos/servicios	
					La diferenciación en todos nuestros productos y/o servicios	
			Innovación	El grado de innovación	Diseño más innovador que los competidores	L I K E
					La capacidad de adquirir nuevos clientes	
			Servicio postventa	El grado del servicio postventa	Servicio postventa y de atención al cliente	R T
		El conocimiento y análisis exhaustivo de nuestros clientes				

4.5 POBLACION Y MUESTRA

POBLACIÓN

P1: La población para la variable de financiamiento se considera finita, la misma que está conformada por los propietarios de las tiendas de ropa, siendo ocho (8) mypes dedicadas al comercio tiendas de ropa.

P2: La población para la variable competitividad se considera finita, está conformada por los propietarios de tiendas de ropa, siendo ocho (8) mypes dedicadas al servicio del rubro ya mencionado.

ORD.	RAZON SOCIAL
1	Comercial Marleny
2	Tienda de Ropa “Juana”
3	Mercado: Puesto N° 64
4	Mercado: Puesto N° 73
5	Mercado: Puesto N° 76
6	Mercado: Puesto N° 79
7	Mercado: Puesto N° 86
8	Mercado: Puesto N° 87
ELABORACIÓN PROPIA DE LA AUTORA.	

MUESTRA

Por otra parte, Hernández, Fernández y Baptista, (2010) dicen que cuando las poblaciones de variable son finitas, entonces se conocen las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de la variable financiamiento y competitividad, se considera $n=N$; por lo tanto, $N=08$ propietarios entonces $n=08$

M1: La población para la variable financiamiento está conformado por los (8) propietarios de las tiendas de ropa.

M2: La población para la variable competitividad está conformado por los (8) propietarios de las tiendas de ropa.

4.6 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE ROCOLECCION DE DATOS

Técnicas:

Para Alelu, López, & Rodríguez, (s.f) se empleó la técnica de la encuesta que fue aplicada a los propietarios de los ocho centros de comercio de tienda de ropa de la ciudad de Contralmirante Villar durante el año 2018.

Instrumentos:

Para García, (2002) El cuestionario de la primera variable se aplicó el modelo Europeo de Excelencia Empresaria EFQM (método de autoevaluación), con una escala de medición tipo Likert; para el cuestionario de la segunda variable son preguntas formuladas, ordenadas de las dimensiones de la variable en investigación, que aborda la encuesta. Triangula mediante los objetivos específicos y el marco teórico de la investigación, con las respuestas que se obtienen de la muestra.

4.7 PLAN DE ANALISIS

Para Alarcón & Gutiérrez, el plan de análisis detalla las medidas de las variables Financiamiento y Competitividad, y como serán presentadas, indicando modelos y técnicas estadísticas a usar. Escogió los datos mediante el instrumento (encuesta), se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadística descriptiva, calculando las frecuencias y

porcentajes, se usó el programa de hojas de cálculo Excel 2013. Luego se realizó el análisis del instrumento validado por expertos mediante la técnica (método de juicio por experto) por especialista.

Para calificar los resultados de la variable Competitividad y sus dimensiones, se detalló los siguientes índices de calificación: 0.00 al 0.55 se califica como malo; del 0.55 al 0.65 se califica como regular; del 0.64 al 85 se califica como bueno; del 0.85 al 1.00 se califica como excelente

PORCENTAJE	CALIFICACION
0.00 – 0.55	Malo
0.55- 0.65	Regular
0.65 – 0.85	Bueno
0.85 – 1.00	Excelente

4.8 MATRIZ DE CONSISTENCIA

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA	PROCESAMIENTO DE DATOS
<p>¿Cómo se caracteriza el financiamiento y competitividad de las MYPES, sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar la caracterización del Financiamiento y competitividad de las MYPES, sector comercio rubro tienda de ropa distrito Zorritos, 2018.</p> <hr/> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer el pasivo en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018. • Identificar las acciones en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018. • Conocer las operaciones productivas en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018. • Establecer el posicionamiento en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018. • Evaluar la innovación en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018. • Medir el servicio postventa en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018. 	<p>Dicho por Fidias (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis, ya que en los estudios donde se van a describir ciertos conceptos o variables no se puede establecer hipótesis. Este estudio no se aplica hipótesis.</p>	<p>TIPO:</p> <p>El estudio fue de tipo descriptivo, su propósito es describir realidades, hechos, fenómenos, buscando especificar sus características (Rodríguez, 2010)</p> <hr/> <p>NIVEL:</p> <p>La investigación fue de nivel cuantitativo, porque confirma la obtención de datos sin manipularlos. (Bernal, 2010).</p> <hr/> <p>DISEÑO:</p> <p>La investigación es de diseño no experimental dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad. (Bernal, 2010). El diseño de la investigación será no experimental descriptivo, de corte transversal.</p> <hr/> <p>POBLACIÓN:</p> <p>P1: La población para la variable de financiamiento se considera finita, la misma que está conformada por los propietarios de las tiendas de ropa, siendo ocho (8) MYPES dedicadas al comercio tiendas de ropa.</p> <p>P2: La población para la variable competitividad se considera finita, está conformada por propietarios de tiendas de ropa, siendo ocho (8) MYPES dedicadas al servicio del rubro ya mencionado.</p>	<p>Para Alarcón & Gutiérrez el plan de análisis detalla las medidas de las variables Financiamiento y Competitividad, y como serán presentadas, indicando modelos y técnicas estadísticas a usar. Escogió los datos mediante el instrumento (encuesta), se tabularon y graficaron de la manera ordenada de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Se empleó estadísticamente descriptiva, calculando las frecuencias y porcentajes, se usó el programa de hojas de cálculo Excel 2013. Luego se realizó el análisis del instrumento validado por expertos mediante la técnica (método de juicio por experto) por especialista.</p>

4.9 PRINCIPIOS ETICOS

Entendiendo a principios éticos como las reglas que sirven como guía para orientar la conducta. Existen, sin embargo, numerosos principios éticos compartidos a nivel social. Pérez Porto & Merino (2013). En la presente investigación se tomarán en cuenta los siguientes principios éticos:

- Accesibilidad: Acercamiento o trato a las personas entrevistadas.
- Búsqueda de la verdad: Forman a la mente, con lo que se dice o se siente.
- Coherencia: Relación de una cosa con otras.
- Compromiso: Palabra dada o fe.
- Perseverancia: Firmeza en la consecución de los propósitos.

V. RESULTADOS

5.1 RESULTADOS

5.1.2 DATOS GENERALES

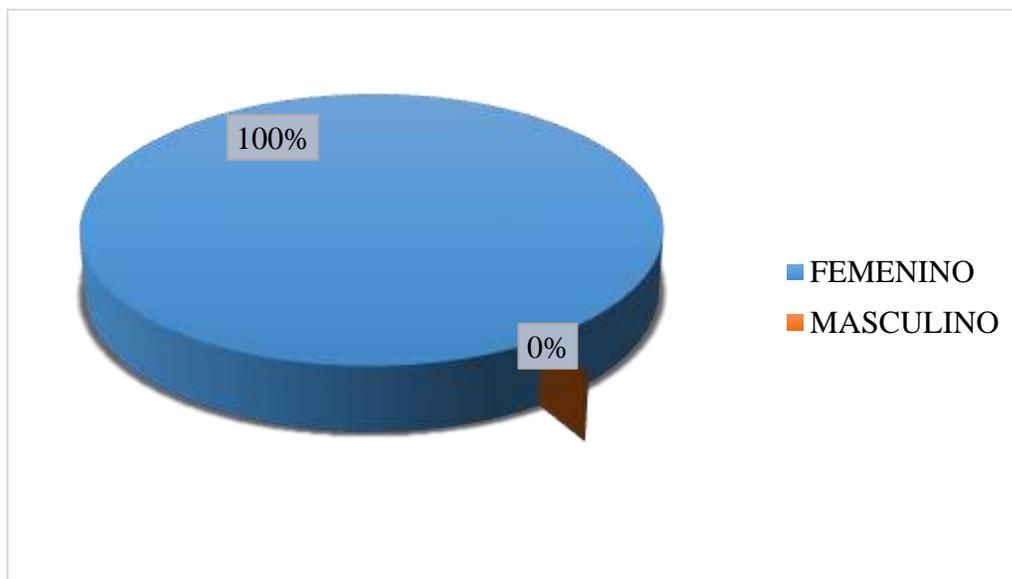
Tabla 1: Sexo

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FEMENINO	8	100%
MASCULINO	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia.

Gráfico 1: Sexo



Interpretación 1: En la *tabla 1*, se aprecia que del 100% (8) de los propietarios, son mujeres.

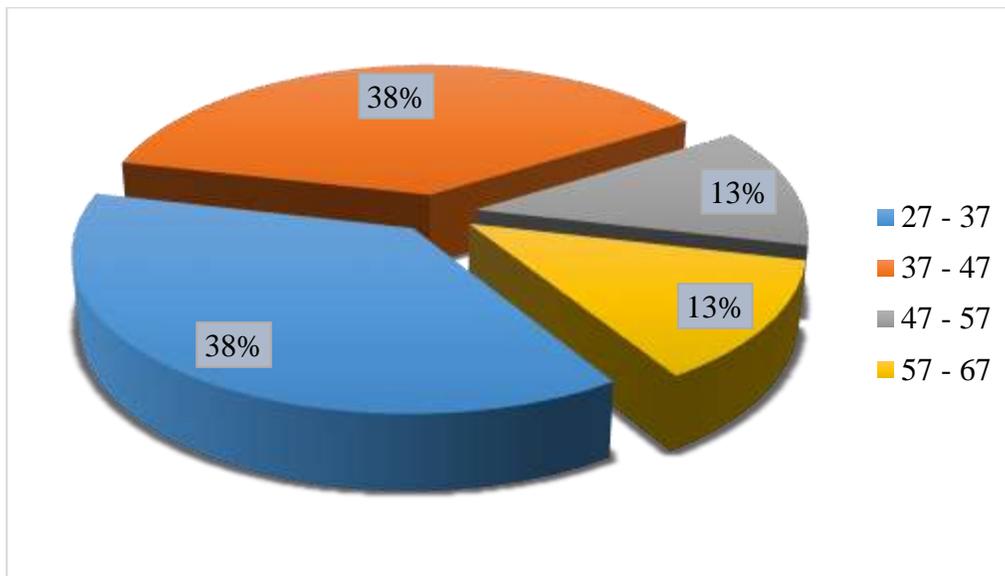
Tabla 2: Edad del propietario

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
27 – 37	3	38%
37 – 47	3	38%
47 – 57	1	13%
57 – 67	1	13%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 2: Edad del propietario



Interpretación 2: En la tabla 2, se aprecia que del 38% (3) de los propietarios tienen un promedio de 27 a 37 años, el 38% (3) de 37 a 47 años, 13% (1) de 47 a 57 años y el otro 13% (1) de 57 a 67 años.

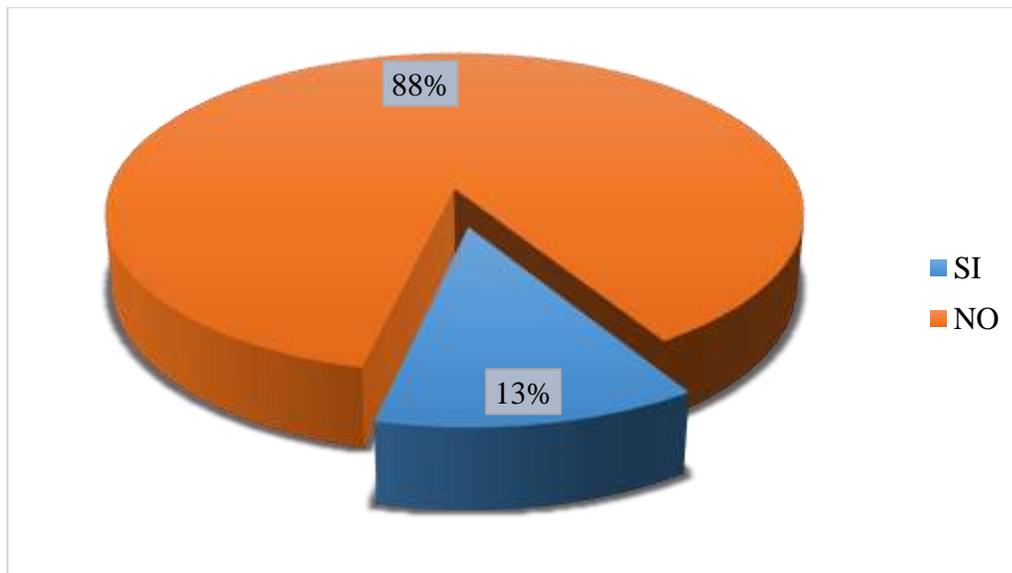
Tabla 3: La Empresa inscrita en el registro remype

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	1	13%
NO	7	88%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 3: La empresa inscritas en el registro remype



Interpretación 3: En la tabla 3, se aprecia que del 13% (1) de los propietarios dijeron que sus mypes esta registradas en remype y el 88% (7) no están registradas.

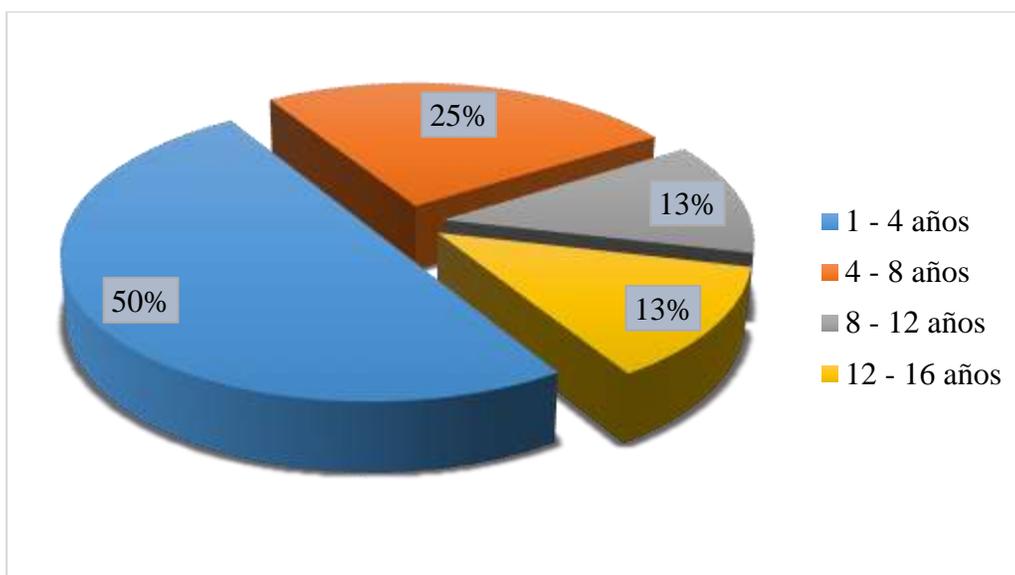
Tabla 4: Años de permanencia de la empresa

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 – 4 años	4	50%
4 – 8 años	2	25%
8 – 12 años	1	13%
12 – 16 años	1	13%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 4: Años de permanencia de la empresa



Interpretación 4: En la tabla 4, se aprecia que del 50% (4) de los propietarios dijeron que el año que tiene su empresa es de 1 a 4 años, 25% (2) de 4 a 8 años, 13% (1) de 8 a 12 años y el 13% (1) de 12 a 16 años.

5.1.3 VARIABLE FINANCIAMIENTO

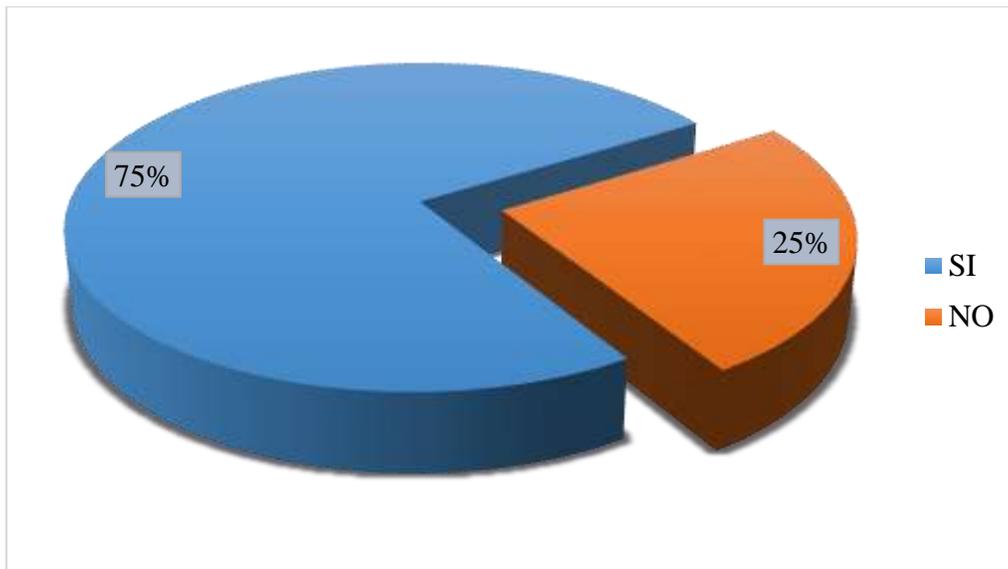
Tabla 5: Obtención de préstamo en una entidad financiera

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	75%
NO	2	25%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 5: Obtención de préstamo en una entidad financiera



Interpretación 5: En la *tabla 5*, se aprecia que del 100% (8) de los propietarios, respecto a la variable competitividad y su dimensión Pasivo; el 75% (6) de los representantes si han obtenido un préstamo y el 25% (2) no han adquirido un préstamo de alguna entidad bancaria.

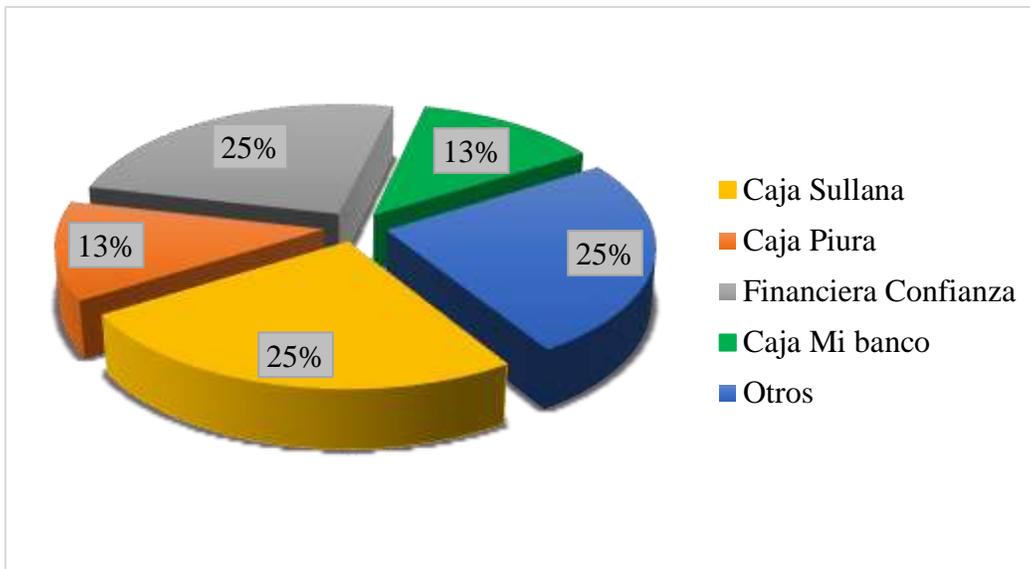
Tabla 6: Quien le proveyó el préstamo

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Caja Sullana	2	25%
Caja Piura	1	13%
Financiera Confianza	2	25%
Caja Mi banco	1	13%
Otros	2	25%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia.

Gráfico 6: Quien le proveyó el préstamo



Interpretación 6: En la *tabla 6*, se aprecia que del 100% (8) de los propietarios, respecto a la variable financiamiento y su dimensión Pasivo; el 25% (2) de los representantes la Caja Sullana les ha otorgado el préstamo, 13% (1) dijo que la Caja Piura, 25% (2) dijo Financiera Confianza, el 13% (1) dijo que Mi banco y el 25% (2) dijo que otros.

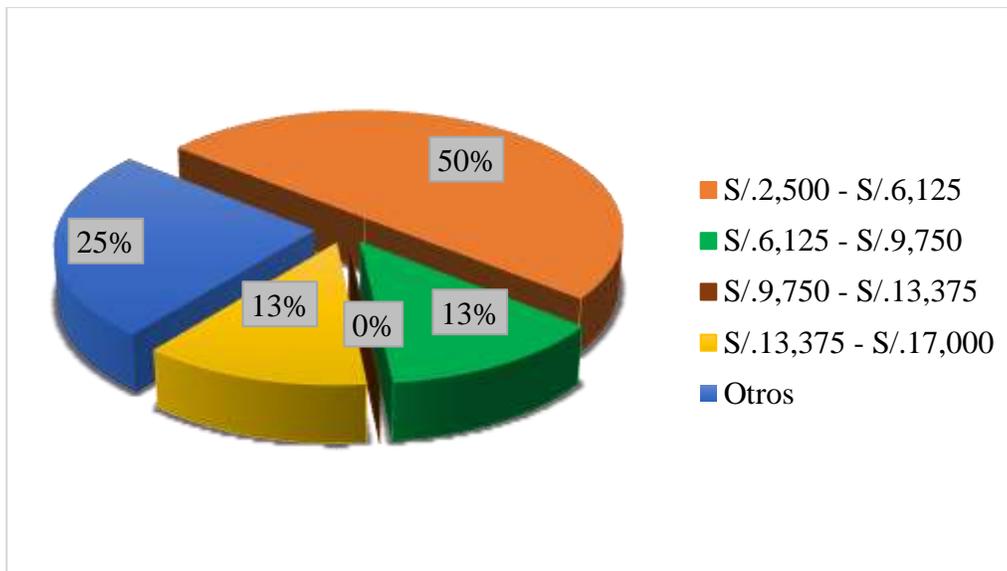
Tabla 7: Monto del préstamo

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
S/.2,500 - S/.6,125	4	50%
S/.6,125 - S/.9,750	1	13%
S/.9,750 - S/.13,375	0	0%
S/.13,375 - S/.17,000	1	13%
Otros	2	25%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 7: Monto del préstamo



Interpretación 7: En la *tabla 7*, se aprecia que del 100% (8) de los representantes, respecto a la variable financiamiento y su dimensión Pasivo; el 50% (4) de los propietarios el monto que les otorgo la entidad financiera es un aproximado de S/.2,500 – S/.6,125; el 13% (1) dijo entre S/.6,125 – S/.9,750, el 13% (1) dijo entre S/.13,375 – S/.17,000 y el 25% (2) dijo otros.

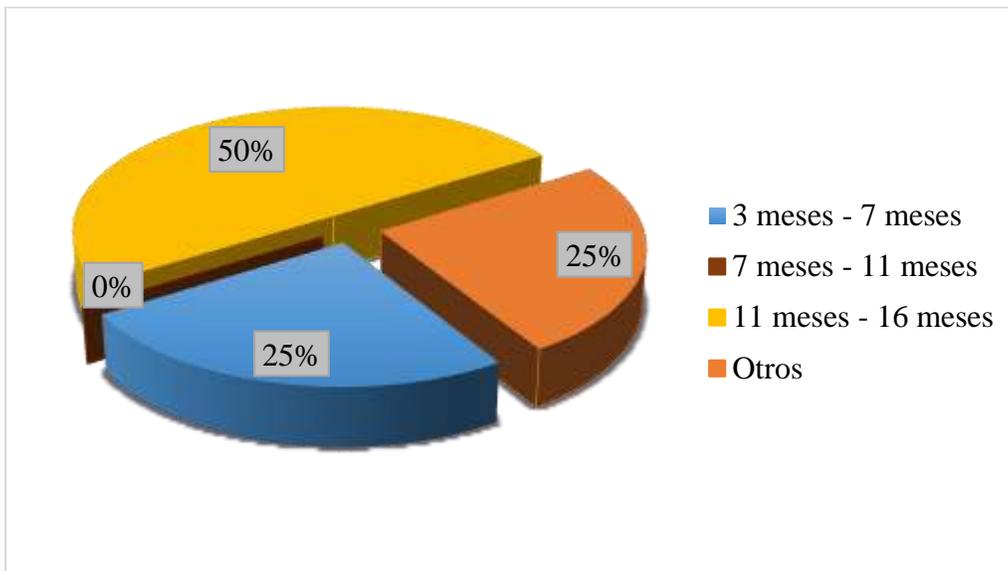
Tabla 8: Plazo del Préstamo

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3 meses - 7 meses	2	25%
7 meses - 11 meses	0	0%
11 meses - 16 meses	4	50%
Otros	2	25%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 8: Plazo del préstamo



Interpretación 8: En la *tabla 8*, se aprecia que del 100% (8) de los representantes, respecto a la variable financiamiento y su dimensión Pasivo; el 25% (2) de los propietarios el plazo del préstamo está entre 3 meses – 7 meses, el 50% (4) dijo entre los 11 meses – 16 meses y el 25% (2) dijo otros.

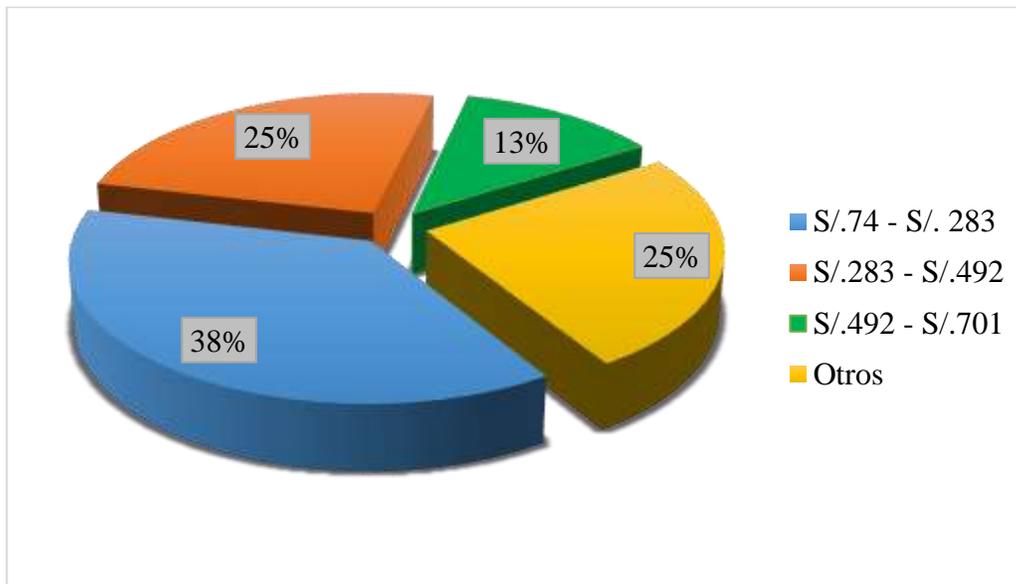
Tabla 9: Cuota mensual del préstamo

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
S/.74 - S/. 283	3	38%
S/.283 - S/.492	2	25%
S/.492 - S/.701	1	13%
Otros	2	25%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 9: Cuota mensual del préstamo



Interpretación 9: En la *tabla 9*, se aprecia que del 100% (8) de los propietarios, respecto a la variable financiamiento y su dimensión Pasivo; el 38% (3) de los representantes dijo que el plazo está entre S/.74 – S/. 283; el 25% (2) dijo entre S/.283 – S/.492, el 13% (1) dijo entre S/.492 – S/.701 y el 25% (2) dijo otros.

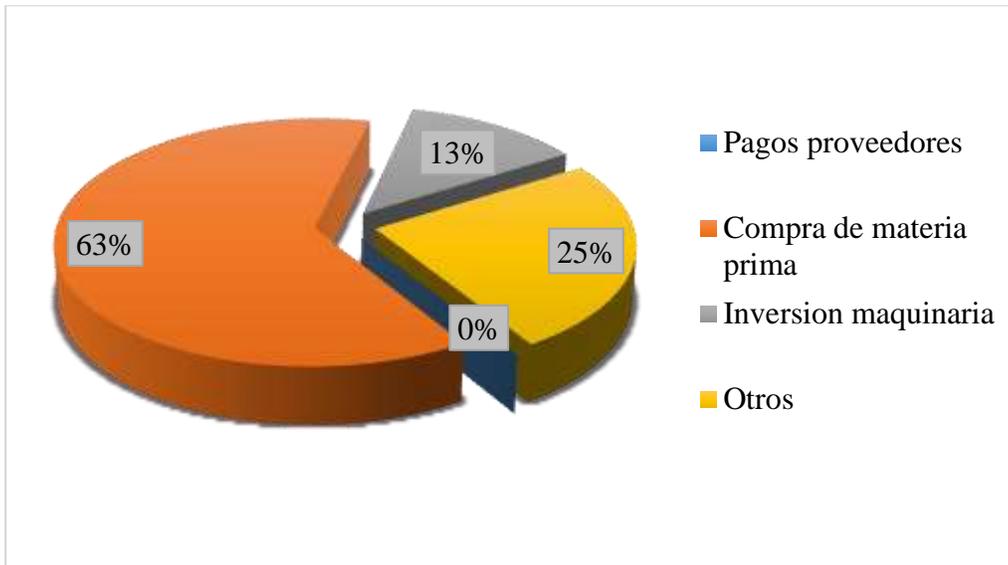
Tabla 10: Destino del préstamo

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pagos proveedores	0	0%
Compra de materia prima	5	63%
Inversión maquinaria	1	13%
Otros	2	25%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 10: Destino del préstamo



Interpretación 10: En la *tabla 10*, se aprecia que del 100% (8) de los propietarios, respecto a la variable financiamiento y su dimensión Pasivo; el 63% (5) de los representantes dijo que el destino del préstamo es para la compra de materia prima y el 13% (1) dijo para invertir en maquinaria y el 25% (2) dijo que otros.

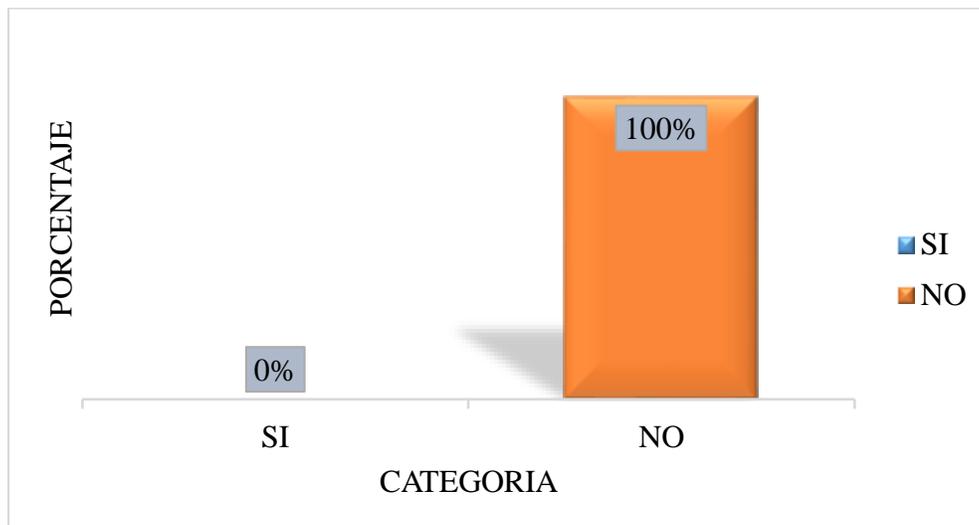
Tabla 11: Aporte de capital de los socios

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	8	100%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 11: Aporte de capital de los socios



Interpretación 11: En la *tabla 11*, respecto a la variable financiamiento y su dimensión Acciones; se aprecia que del 100% (8) de los propietarios no han tenido aporte de capital de los socios.

Tabla 12: DISTRIBUCION DE GANANCIAS

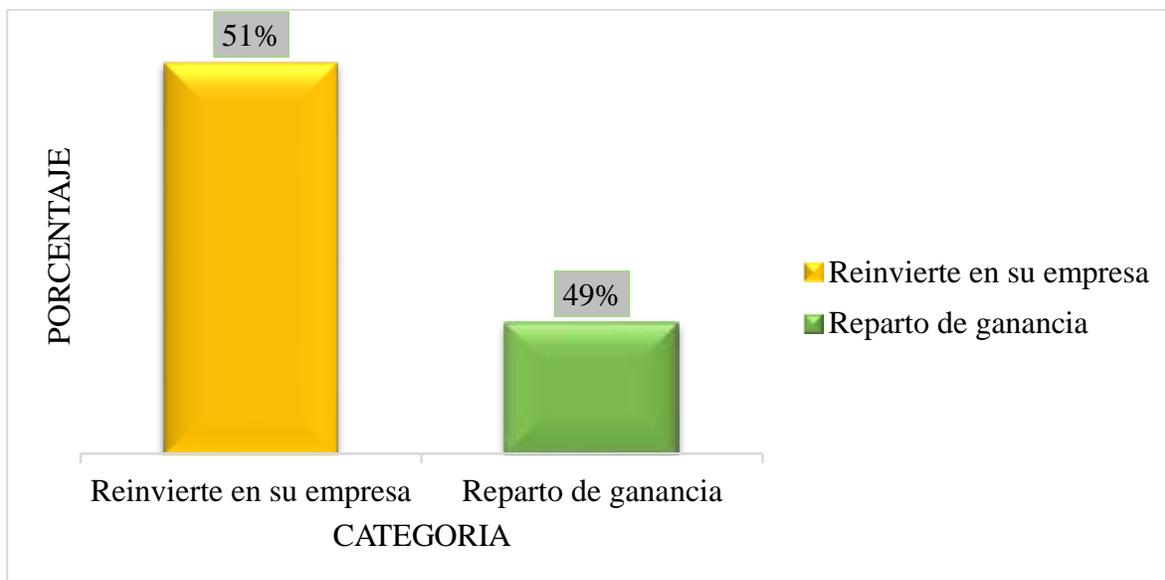
Tabla 4: Distribución de ganancias

CATEGORIA	1	2	3	4	5	6	7	8	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Reinvierte en su empresa	60%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	410	51%
Reparto de ganancia	40%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%	390	49%
TOTAL									800	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 12: DISTRIBUCION DE GANANCIAS



Interpretación 12: En la *tabla 12*, respecto a la variable financiamiento y su dimensión Acciones; aprecia que el 52% de los propietarios reinvierten en su empresa y el 49% reparten sus ganancias.

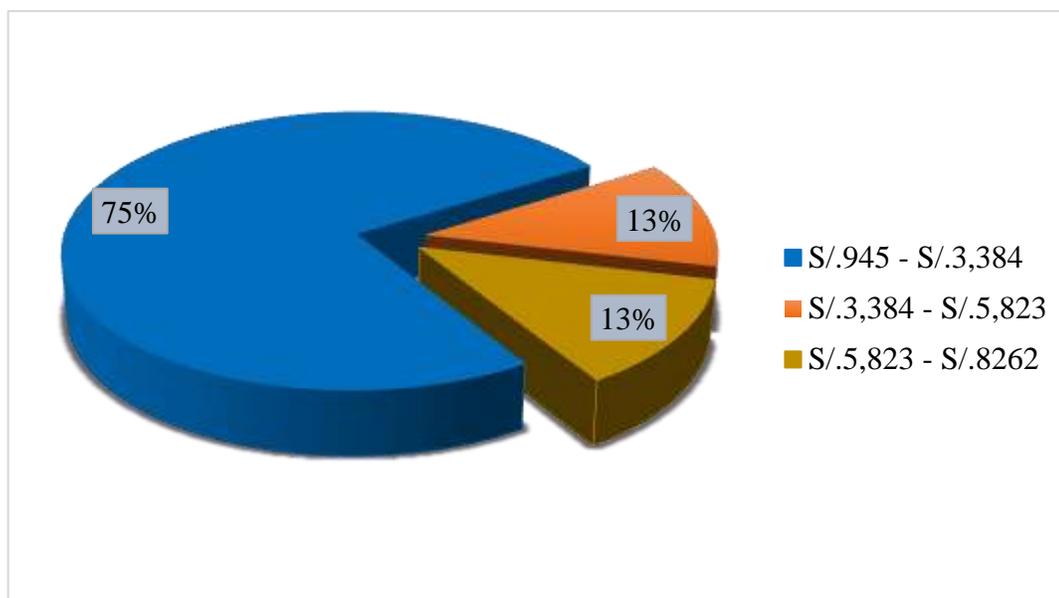
Tabla 13: Monto que invierten

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
S/.945 – S/.3,384	6	75%
S/.3,384 – S/.5,823	1	13%
S/.5,823 – S/.8262	1	13%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 13: Monto que invierten



Interpretación 13: En la *tabla 13*, se aprecia que del 100% (8) de los representantes, respecto a la variable financiamiento y su dimensión Acciones; el 75% (6) de los propietarios dijo que invierten entre S/.945 – S/.3,384; el 13% (1) invierte entre S/.3,384 – S/.5,823 y el 13% (1) en S/.5,823 – S/.8,262.

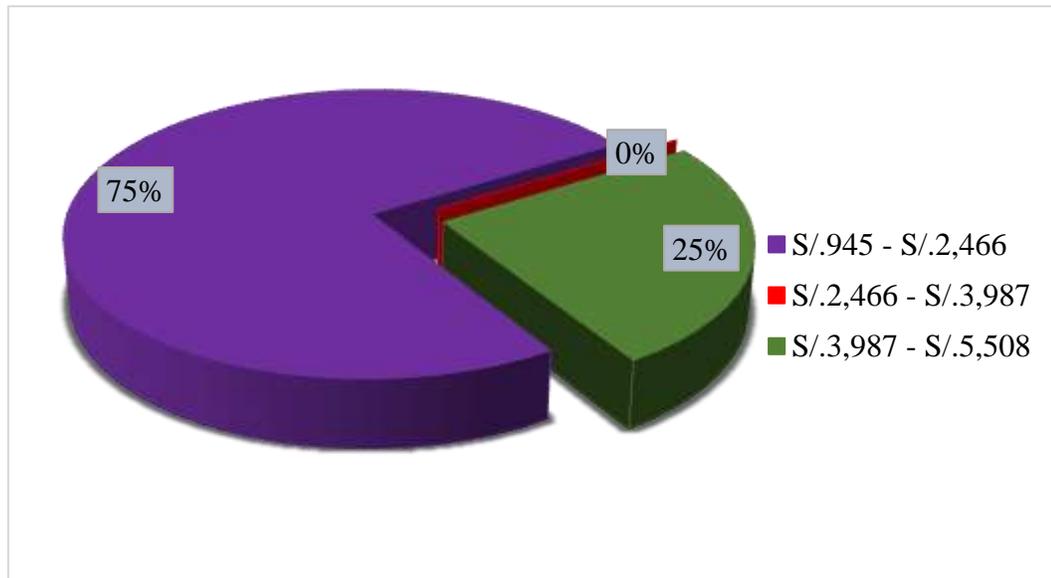
Tabla 14: Reparto de ganancias

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
S/.945 – S/.2,466	6	75%
S/.2,466 – S/.3,987	0	0%
S/.3,987 – S/.5,508	2	25%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 14: Reparto de ganancias



Interpretación 14: En la tabla 14, se aprecia que del 100% (8) de los propietarios, respecto a la variable financiamiento y su dimensión Acciones; el 75% (6) de los representantes dijo que gastan entre S/.945 – S/.2,466; el 25% (2) gasto personal entre S/.2,466 – S/.3,987.

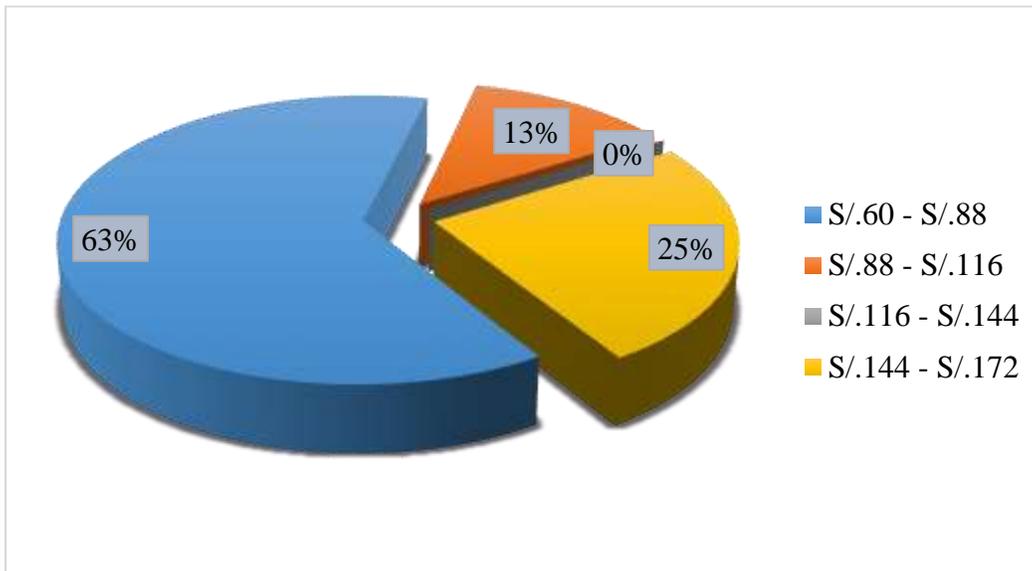
Tabla 15: Venta diaria

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
S/.60 – S/.88	5	63%
S/.88 – S/.116	1	13%
S/.116 – S/.144	0	0%
S/.144 – S/.172	2	25%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 15: Venta diaria



Interpretación 15: En la *tabla 15*, se aprecia que del 100% (8) de los propietarios, respecto a la variable financiamiento y su dimensión Acciones; el 63% (5) de los representantes dijo que venden entre S/.60 – S/.88 diarios y el 13% (1) venden S/.88 – S/.116 diarios y el 25% (2) entre S/.144 – S/.172 diarios.

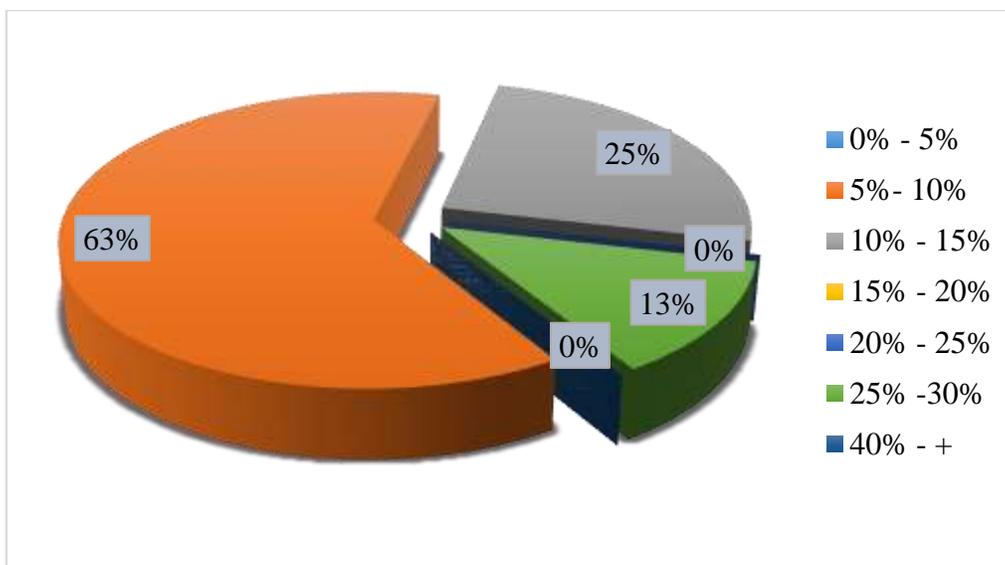
Tabla 16: Porcentaje de ganancias de ventas

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0% - 5%	0	0%
5%- 10%	5	63%
10% - 15%	2	25%
15% - 20%	0	0%
20% - 25%	0	0%
25% -30%	1	13%
40% - +	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 16: Porcentaje de ganancias de ventas



Interpretación 16: En la *tabla 16*, se aprecia que del 100% (8) de los propietarios, respecto a la variable financiamiento y su dimensión Acciones; el 63% (5) de los representantes dijo que el porcentaje de ganancias de sus ventas es de 5%- 10%; el 25% (2) su porcentaje es de 10% - 15% y el 13% (1) es del 25% -30%.

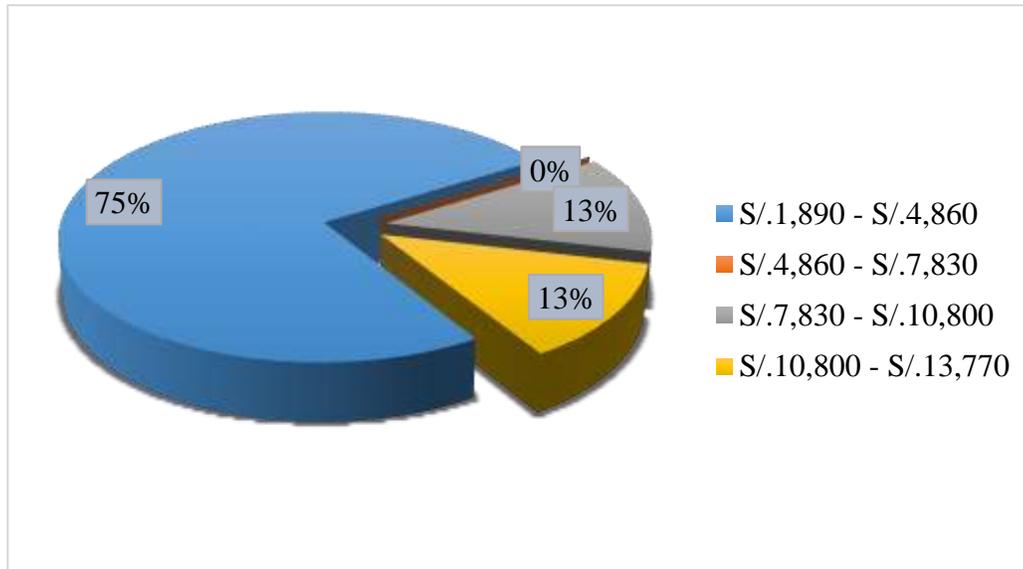
Tabla 17: Ganancia anual

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
S/.1,890 – S/.4,860	6	75%
S/.4,860 – S/.7,830	0	0%
S/.7,830 – S/.10,800	1	13%
S/.10,800 – S/.13,770	1	13%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

elaboración Propia

Gráfico 17: Ganancia anual



Interpretación 17: En la tabla 17, se aprecia que del 100% (8) de los propietarios, respecto a la variable financiamiento y su dimensión Acciones; el 75% (6) de los representantes dijo que ganan anual entre S/.1,890 – S/.4,860; el 13% (1) gana entre S/.7,830 – S/.10,800 y el 13% (1) gana S/.10,800 – S/.13,770 anualmente.

5.1.4 VARIABLE COMPETITIVIDAD

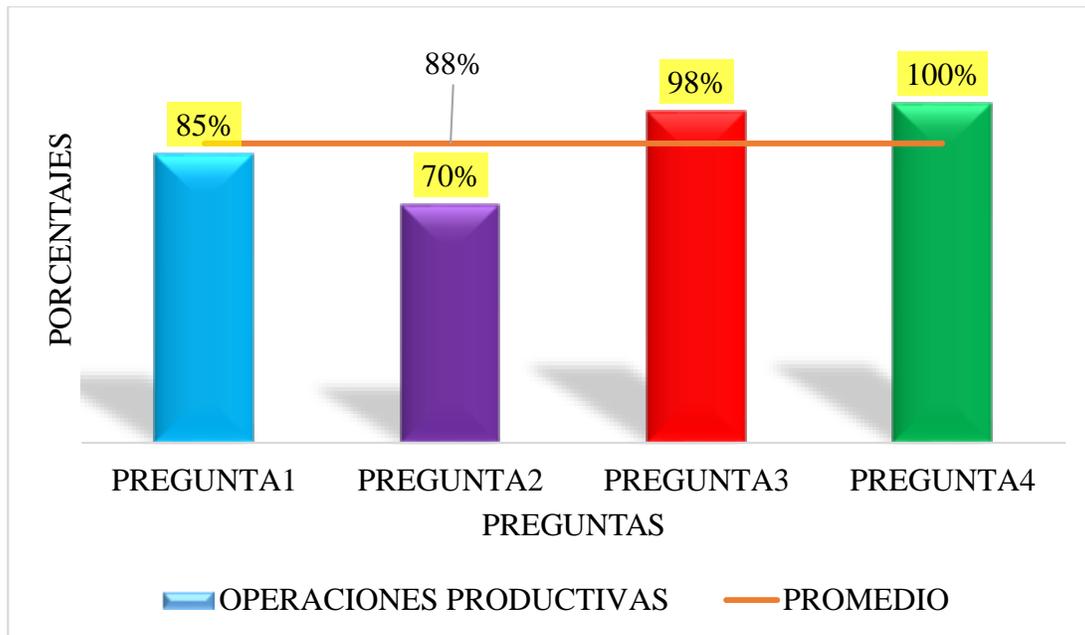
Tabla 18: Dimensión Operaciones Productivas

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pregunta 1	34	85%
Pregunta 2	28	70%
Pregunta 3	39	98%
Pregunta 4	40	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 18: Dimensión Operaciones Productivas



Interpretación 18: En la tabla 18, respecto a la variable Competitividad y su dimensión Operaciones productivas, la primera pregunta tuvo un 85% de calidad, la segunda pregunta logro un 70% de capacidad de mejores costes, la tercera pregunta logro un 88% de rapidez en la entrega, y la cuarta pregunta logro el 100%, teniendo como promedio un 88% de operaciones productivas.

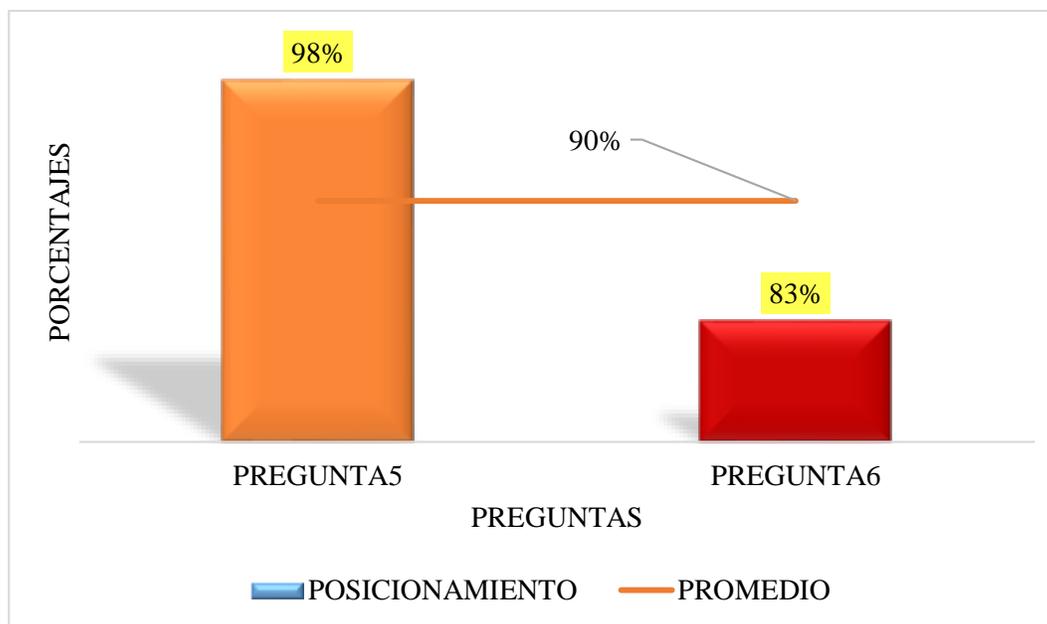
Tabla 19: Dimensión Posicionamiento

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pregunta 5	39	98%
Pregunta 6	33	83%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 19: Dimensión Posicionamiento



Interpretación 19: En la tabla 19, respecto a la variable Competitividad y su dimensión posicionamiento, la quinta pregunta tuvo un 98% de imagen de la empresa en los clientes, la sexta pregunta logró un 83% de imagen de marca de los productos, teniendo como promedio un 90% de posicionamiento.

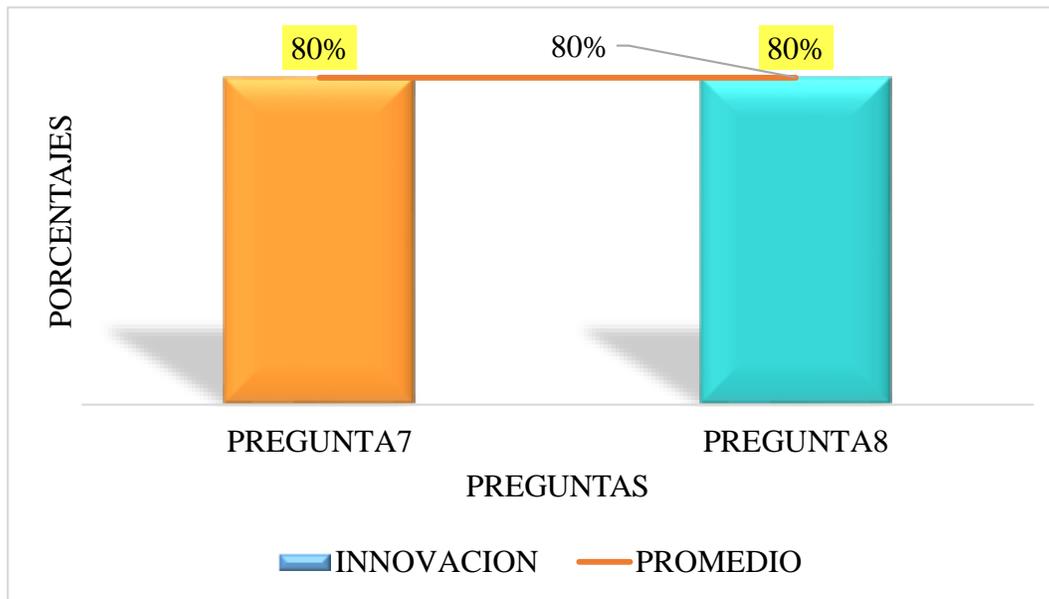
Tabla 20: Dimensión Innovación

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pregunta 7	32	80%
Pregunta 8	32	80%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 20: Dimensión Innovación



Interpretación 20: En la tabla 20, respecto a la variable Competitividad y su dimensión innovación, la séptima y octava pregunta logro un 80%, teniendo como promedio un 80% de innovación.

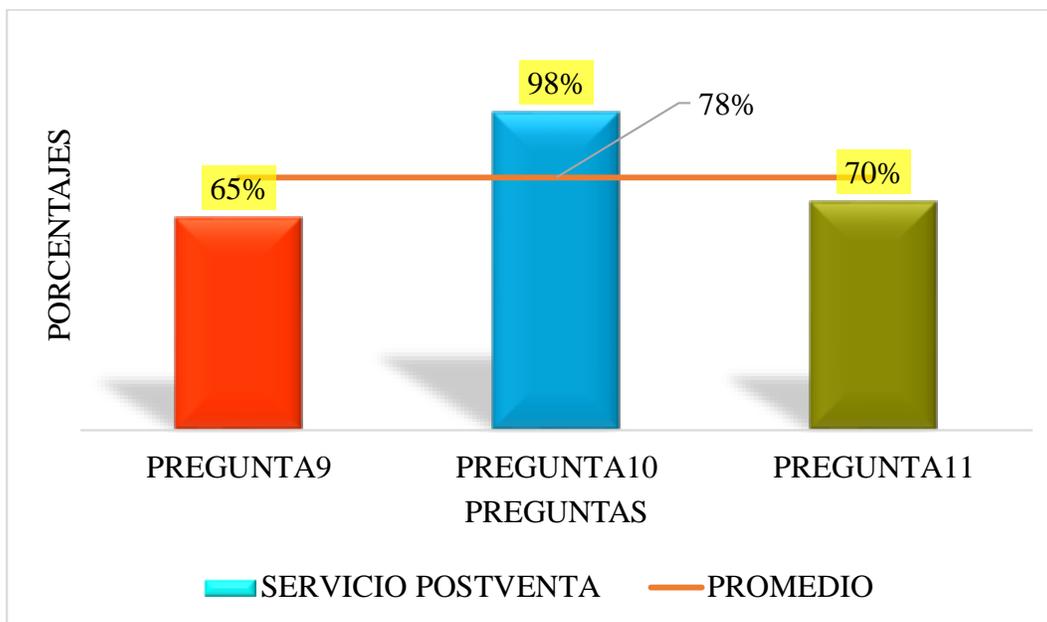
Tabla 21: Dimensión Servicio Postventa

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pregunta 9	26	65%
Pregunta 10	39	98%
Pregunta 11	28	70%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 21: Dimensión Servicio Postventa



Interpretación 21: En la tabla 21, respecto a la variable Competitividad y su dimensión servicio posventa, la novena pregunta tuvo un 65% de que adquiera nuevos clientes, la décima pregunta logro un 98% de atención al cliente, la undécima pregunta logro un 70% de que conoce al cliente, teniendo como promedio un 70% de servicio posventa

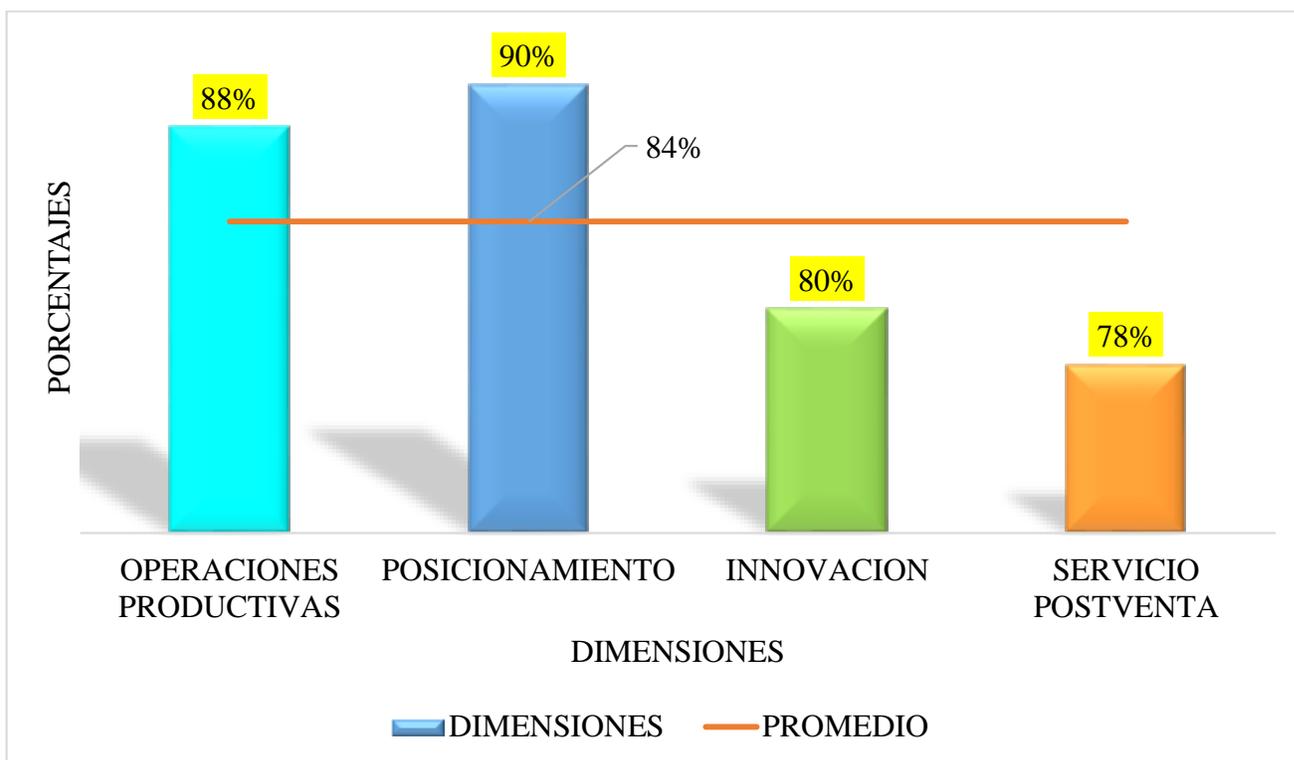
Tabla 22: Resumen De Dimensiones De Competitividad

DIMENSIONES	OPERACIONES PRODUCTIVAS	OPERACIONES POSICIONAMIENTO	INNOVACION	SERVICIO POSTVENTA
DIMENSIONES	88%	90%	80%	78%
PROMEDIO	84%	84%	84%	84%

Fuente: Encuesta aplicada a los propietarios de las Mypes de tiendas de ropa del distrito de Zorritos.

Elaboración Propia

Gráfico 22: Resumen De Dimensiones De Competitividad



Interpretación 22: En la tabla 22, respecto a la variable Competitividad, alcanzo un promedio de 84%, significa que el nivel de competencia es excelente.

5.2 ANALISIS DE RESULTADOS

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 01: *Conocer el pasivo en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018. rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018.*

Los propietarios de las Mypes del rubro tienda de ropa del distrito de Zorritos, en la dimensión Pasivo, el 75% de mypes han obtenido un préstamo en el último año, siendo la caja Sullana y financiera Confianza las que tienen una mayor participación con 50% de dichos préstamos; el rango del monto del préstamo que mayor solicitan va de s/. 2,500 a s/. 6,125 que representa el 50%; el plazo que más acceden es de 11 a 16 meses; con una cuota mensual desde s/74 a s/. 283; siendo el destino del préstamo para la compra de materia prima que representa el 63%; esto se corrobora por (Moran, 2018) que los propietarios acuden a préstamos otorgados por las entidades financieras, como son las cajas, con la finalidad de mejorar sus negocios, y para aumentar el capital de su empresa para estar económicamente estable.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 02: *Identificar las acciones en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018.*

Los propietarios de las Mypes del rubro tienda de ropa del distrito de Zorritos, en la dimensión Acciones (Aporte de capital de socios), no tienen aporte de capital ya que las mypes no tienen socios; los propietarios de las mypes distribuyen sus ganancias de la siguiente manera, reinvierten en su empresa el 51% de las ganancias, siendo el 75% de las empresas el monto de reinversión va de s/.945 a s/, 3,384; y el 49%

restante de las ganancias se lo reparten a ellos mismos siendo rango del monto de s/.945 a s/. 2,466 presentado esta frecuencia en el 75% de mypes; el 63% de las empresas tienen una venta diaria que va de s/. 60 a s/.88; sus porcentajes de ganancias es de 5% al 10% que representa el 63% de las empresas, están tienen una ganancia anual que va de s/. 1,890 a s/. 4,860 que representa el 75% de las empresas. Estos resultados discrepan por lo encontrado por (Bruno, 2018) en su investigación dijo que las empresas si cumplen con las ventas estimadas de su plan de negocio, sus productos tienen demanda en el mercado y por ende existe una rentabilidad, en el caso de mi población de estudio, la mayoría de las mypes tienen ventas bajas, por lo cual su rentabilidad no es sostenible.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 03: *Conocer las operaciones productivas en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018.*

Los propietarios de las Mypes del rubro tienda de ropa del distrito de Zorritos, tiene un índice en sus operaciones productivas del 0.88, significa que el nivel de logro es excelente, esto se corrobora con lo encontrado por (Geo tutoriales,2015) donde las operaciones productivas ayudan al desarrollo y a la organización de la función de producción, que al tener un mayor promedio de logro alcanzan las ventajas competitivas.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 04: *Establecer el posicionamiento en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018.*

Los propietarios de las Mypes del rubro tienda de ropa del distrito de Zorritos, tiene un índice en posicionamiento del 0.90, significa que el nivel de posicionamiento es excelente, esto se confirma con lo encontrado por (Xavier Moraño,2010) que para

lograr que el consumidor, tenga en la mente la imagen de la empresa deben crear una percepción diferente al de la competencia y crear estrategias comerciales.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 05: *Evaluar la innovación en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018.*

Los propietarios de las Mypes del rubro tienda de ropa del distrito de Zorritos, tiene un índice en innovación del 0.80, significa que el nivel de innovación es excelente, esto se apoya con lo encontrado (Roldan P. & Sobejano, 2011) sostiene que es importante mejorar la imagen de la empresa a través de cómo percibe el consumidor el producto por las diversas condiciones: calidad, color, tamaño, modelo vender productos que sean atractivas por el consumidor.

SEGÚN EL OBJETIVO ESPECIFICO 06: *Medir el servicio postventa en las MYPES sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018.*

Los propietarios de las Mypes del rubro tienda de ropa del distrito de Zorritos, tiene un índice en servicio postventa del 0.70, significa que el nivel de postventa es bueno, esto se corrobora con lo encontrado (Kokler, Piccini,2015) que el servicio post venta ayuda a las empresas a tener clientes fieles y brinda facilidades de atraer nuevos clientes mediante la atención después de la compra, ya que afirma que un cliente satisfecho es la mejor publicidad que las empresas pueden tener.

CONCLUSIONES

RESPECTO PARA LA VARIABLE FINANCIAMIENTO

Para la variable financiamiento se conoció que los propietarios de las tiendas de ropa tienen deudas a corto y largo plazo con un máximo de dieciséis meses, debido a que necesitan financiar su empresa para traer a sus negocios novedades de ropa para los consumidores. También se identificó que la mayoría de mypes tienen unas ventas bajas debido a que los clientes adquieren ropa según por temporadas, la cual, si estas mypes no toman medidas con respecto a atraer a los clientes, en un tiempo afectara la rentabilidad de su negocio.

RESPECTO PARA LA VARIABLE COMPETITIVIDAD

Para la variable competitividad tiene un nivel de logro de 0.84 donde significa que las empresas son competitivas a través de sus factores de éxito, además se conoció que uno de los factores de éxito de las mypes es el periodo de tiempo en que entregan su producto al consumidor, uno que deben mejorar es en capacidad de tecnología y costes, el cual es muy importante para que las mypes tengan mayores ingresos; se estableció el posicionamiento el cual tuvo un resultado excelente, ya que la mayoría de las mypes se han posicionado en la mente de los consumidores, a través del trato que ellos perciben de la empresa, pero en lo que deben mejorar es en crear una estrategia de marca de los productos, para atraer a más clientes; se evaluó la innovación de las empresas, estas están en constante actualización de moda el cual afecta positivamente para el buen desenvolvimiento de la empresa en el mercado de distrito ya mencionado; se midió diferentes puntos uno de ellos es que las empresas no han adquirido nuevos clientes, esto afecta en las ventas; también se evaluó el servicio post venta y atención al cliente, que tiene un resultado positivo y por último les falta

tener más comunicación con los clientes ya que así podemos conocer más sobre las preferencias de sus clientes.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

RECOMENDACIONES

- 5.2 Se sugiere a los dueños de las mypes capacitarse en temas de rentabilidad como: flujo de efectivo que ayudara a tener un mejor control de sus gastos y ganancias; márgenes de ganancia teniendo en cuenta los precios, reducción de costos, considerando siempre los precios de la competencia; en tecnología creando redes sociales para poder promocionar su negocio para que así pueda llegar mejor al consumidor.
- 5.3 Se recomienda diseñar una encuesta dirigida a sus clientes para que pueda ser aplicada cada mes, y así obtengan mejores resultados, asimismo mantener el grado de satisfacción.
- 5.4 Se les recomienda a los dueños de las mypes, ofrecer productos novedosos ya sea de telas o modelos innovadores para lograr el posicionamiento y competitividad en el rubro de tiendas de ropa.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alvarado, O. (2018). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las mypes del sector comercio rubro tiendas de ropa para damas en el distrito de Tumbes, 2017*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Angie. (2009). Características de la empresa competitiva. Retrieved July 2, 2019, from <http://angielika88.blogspot.com/2009/09/blog-post.html>
- Bruguete, F. (2015). La importancia de entregar los productos a tiempo y la logística requerida. Retrieved July 3, 2019, from <http://blog.udlap.mx/blog/2015/05/laimportanciadeentregarlosproductos/>
- Bruno, G. (2018). *Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las mypes del sector comercio, rubro accesorios y autopartes de vehiculos mayores, en el distrito de Tumbes, 2017*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Carvajal, L. (2019). Costos de tecnología. Retrieved July 3, 2019, from <https://www.lizardo-carvajal.com/costos-de-tecnologia/>
- Castaño, R. (2007). La tecnología y el Consumidor. Retrieved July 5, 2019, from Mundo Contact website: <https://mundocontact.com/la-tecnologia-y-el-consumidor/>
- Cienfuentes, R. (2013). Importancia del estudio del financiamiento para las empresas. Retrieved July 2, 2019, from Gestipolis website: <https://www.gestipolis.com/importancia-del-estudio-del-financiamiento-para-las-empresas/>
- Destino Negocio. (2018). Conoce más sobre el impuesto general a la ventas (IGV). Retrieved July 5, 2019, from Destino Negocio website: <https://destinonegocio.com/pe/economia-pe/conoce-mas-sobre-el-impuesto-general-a-la-ventas-igv/>

- Diario Oficial Del Bicentenario El Peruano. (2017). Facilidades a emprendedores. Retrieved July 5, 2019, from Editora Perú website: <https://elperuano.pe/noticia-facilidades-a-emprendedores-50018.aspx>
- Efxto. (2011). Confianza del Consumidor. Retrieved July 5, 2019, from Efxto website: <https://efxto.com/diccionario/confianza-del-consumidor>
- El Comercio. (2018). 75% de mypes de manufactura reconoce que producir con calidad les favorece. Retrieved July 5, 2019, from El comercio website: <https://elcomercio.pe/economia/peru/75-mypes-manufactura-reconoce-producir-calidad-favorece-posicion-mercado-noticia-547508>
- Enciclopedia de Clasificaciones. (2017). Definición de financiamiento. Retrieved July 2, 2019, from <https://www.tiposde.org/economia-y-finanzas/1013-definicion-de-financiamiento/>
- García, O. (2015). Competitividad, concepto e importancia. Retrieved July 2, 2019, from <https://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>
- Geo tutoriales. (2015). Qué es la Gestión de Operaciones. Retrieved July 3, 2019, from <https://www.gestiondeoperaciones.net/procesos/que-es-la-gestion-de-operaciones/>
- Gestión. (2018). Tipo de cambio cierra estable pese a fortaleza global del dólar. Retrieved July 5, 2019, from gestion.pe website: <https://gestion.pe/economia/mercados/tipo-cambio-cierra-estable-pese-fortaleza-global-dolar-nndc-272354?ref=nota&ft=autoload>
- Gitman. (1996). Monografías Plus - Ejemplos de tareas, ensayos y trabajos de investigación. Retrieved July 2, 2019, from <https://www.monografias.com/docs/Teoria-de-financiamiento-FKC9VP4JMY>
- Grupo Financiero Base. (2016). La importancia del financiamiento para hacer crecer tu

- negocio. Retrieved July 2, 2019, from Banco Base website: <https://blog.bancobase.com/la-importancia-del-financiamiento-para-hacer-crecer-tu-negocio>
- Herramienta Empresariales. (2017). Conoce la importancia de la calidad en los procesos de producción. Retrieved July 3, 2019, from <http://herramientas.camaramedellin.com.co/Inicio/Buenaspracticasesmpresariales/BibliotecaProducciónyOperaciones/Calidadenlosprocesosdeproduccion.aspx>
- Ibarra, M., Gonzáles, L., & Demuner, M. (2017). *Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California* (Universidad Autónoma de Baja California). <https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>
- Jara, L. (2015). Distribución del Ingreso. Retrieved July 5, 2019, from Observatorio Economico Social UNR website: <http://www.observatorio.unr.edu.ar/distribucion-del-ingreso/>
- Llorente, J. (2018). Pasivo. Retrieved October 14, 2019, from Economipedia website: <https://economipedia.com/definiciones/pasivo.html>
- López, J., & Farías, E. (2018). *Análisis de alternativas de financiamiento para las pymes del sector comercial e industrial de Guayaquil*. Universidad de Guayaquil.
- Manene, L. (2014). Gestión de proveedores: relaciones, proceso, análisis, selección y evaluación. Retrieved July 3, 2019, from <http://actualidadempresa.com/gestion-de-proveedores-relaciones-proceso-analisis-seleccion-y-evaluaciones-4444/>
- Marketing Directo. (2017). El conocimiento del consumidor, la clave del éxito en el marketing digital. Retrieved July 3, 2019, from <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/marketing/conocimiento-del-consumidor-la-clave-del-exito-marketing-digital>
- Mercado, R. (2014). *El mercado de valores como fuente de financiamiento para la micro y*

pequeña empresa. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2017). Acuerdos Comerciales del Perú.

Retrieved July 5, 2019, from Acuerdo Comerciales website:
<http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/>

Ministerio del Ambiente. (2015). Nueva Ley de Residuos Sólidos. Retrieved July 5, 2019,

from Minam.gob.pe website: <http://www.minam.gob.pe/calidadambiental/nueva-ley-de-residuos-solidos/>

Modigliani y Miller. (1958). Monografías Plus - Ejemplos de tareas, ensayos y trabajos de

investigación. Retrieved July 1, 2019, from TEORIA DE FINANCIAMIENTO website:
<https://www.monografias.com/docs/Teoria-de-financiamiento-FKC9VP4JMY>

Moran, C. (2018). *Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio hospedaje del distrito de Aguas Verdes, 2017*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Moraño, X. (2010). estrategias de posicionamiento. Retrieved July 3, 2019, from

<https://marketingyconsumo.com/estrategias-de-posicionamiento.html>

Namuche, K. (2018). *Caracterización de la gestión de calida y competitividad en las mypes*

en el sector servicio, rubro hospedajes en el distrito de Tumbes,2017. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Olga. (2010). Ventajas y desventajas-competitividad. Retrieved July 2, 2019, from Anjeyol

website: <http://anjeyol.blogspot.com/2010/05/ventajas-y-desventajas-competitividad.html>

Peña, M. (2016). *Caracterización de la capacitacion y competitividad en las mype, rubro*

restaurantes vegetarianos del centro de Piura, año 2016. Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

- Piccini, C. (2015). La importancia de un buen servicio post venta. Retrieved July 3, 2019, from <https://www.ombushop.com/blog/vender-por-internet/la-importancia-de-un-buen-servicio-post-venta.html>
- Plan general contable. (2016). 5011 Acciones. Retrieved July 3, 2019, from https://www.plangeneralcontable.com/pe/tit=5011-acciones&name=GeTia&contentId=pgcp_5011
- Regalado, A. (2016). *El financiamiento y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del Perú, caso de la empresa Navismar E.I.R.L Chimbote, 2014*. Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.
- Roldan, P. (2017). Diferenciación de producto. Retrieved July 3, 2019, from <https://economipedia.com/definiciones/diferenciacion-de-producto.html>
- Roldán, P. (2018). Ley de competencia. Retrieved July 5, 2019, from Economipedia website: <https://economipedia.com/definiciones/ley-de-competencia.html>
- Sobejano, J. (2011). La verdadera innovación comienza con el pensamiento de diseño. Retrieved July 3, 2019, from <http://3vectores.com/la-verdadera-innovacion-comienza-con-el-pensamiento-de-diseno/>
- UNESCO. (2018). Gasto en investigación y desarrollo (% del PIB). Retrieved July 5, 2019, from [Indexmundi.com](https://www.indexmundi.com/es/datos/indicadores/GB.XPD.RSDV.GD.ZS) website: <https://www.indexmundi.com/es/datos/indicadores/GB.XPD.RSDV.GD.ZS>
- Universidad Privada Boliviana. (2017). Características del financiamiento - Sociedades de Inversión para el Desarrollo Sociedades de Inversión para el Desarrollo. Retrieved July 1, 2019, from <http://sid.upb.edu/caracteristicas-del-financiamiento/>
- Zavala, R. (2016). *Caracterización del financiamiento, competitividad y formalización de las mypes del sector turismo rubro hotelería del distrito de Cabanaconde, provincia de*

Caylloma, región Arequipa, periodo 2014-2015. Universidad Católica Los Angeles de
Chimbote.

ANEXOS

ANEXOS 01: CRONOGRAMA DE ACTIVIDAD.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES- DIAGRAMAS																		
ACTIVIDAD		SEMANAS																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
Tema de investigación																		
Introducción																		
Planteamiento del problema de la investigación																		
Objetivos y justificación de la investigación																		
Antecedentes de la investigación																		
Estructura del fundamento teórico																		
Hipótesis																		
Metodología	Tipo, nivel, diseño de investigación; población, muestra y plan de análisis																	
	Operacionalización de las variables y matriz de consistencia																	
Presentar el proyecto de investigación para ser evaluado por el DTI																		
Presentar el proyecto de investigación para ser evaluado por el DAR																		

ANEXOS 02: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.

PRESUPUESTO DE LA INVESTIGACIÓN				
DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
• MATERIAL DE OFICINA				
Papelería	Unidad	10	0.10	1.00
Cuaderno	Unidad	01	14.00	14.00
Sud total				15.00
• SERVICIO				
Movilidad.	Día	12	1.50	18.00
Servicio en línea	Hora	36	1.00	36.00
Sud total				54.00
TOTAL				69.00

ANEXOS 03: ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Reciba Usted. Mi cordial saludo:

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de su empresa, para desarrollar un estudio de investigación para mi trabajo titulado “Caracterización del financiamiento y competitividad de la MYPES, sector comercio rubro tienda de ropa, distrito Zorritos, 2018.

La información que Usted proporcionara será utilizada solo con fines académicos y de investigación que ayudaran a la obtención cuantitativa de los resultados, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

INTRUCCIONES:

→ Lea cuidadosamente las 16 preguntas; responda y/o marque con un (x)

I. DATOS GENERALES DEL REPRESENTANTE

NOMBRE REPRESENTANTE LEGAL

EDAD:

GENERO:

II. DATOS GENERALES DE LA MYPE

NOMBRE COMERCIAL O RAZON SOCIAL:

NUMEROS DE
TRABAJADORES:

AÑOS DE PERMANENCIA DE LA EMPRESA EN EL RUBRO:

LA EMPRESA ESTA INSCRITA EN EL REGISTRO REMYPE

SI _____ NO _____

III. VARIABLE DE FINANCIAMIENTO

1. ¿En el último año, Usted ha obtenido un préstamo en una entidad financiera?

Si

No

- Si responde no, pase a la pregunta N° 3

1.1 ¿Cuál es la entidad financiera que le ha prestado?

1.2 ¿Cuál es el monto que le han otorgado?

1.3 ¿Cuál es el plazo?

1.4 ¿Cuál es la cuota o monto mensual a pagar?

1.5 ¿Cuál fue el destino del préstamo adquirido?

a. Pagos a proveedores

b. Compra de materia prima

c. Inversión en maquinaria

2. ¿En el último año ha obtenido un nuevo aporte de capital de los socios actuales?

Si

No

- Si responde no, pase a la pregunta N° 4

2.1 ¿Cuál fue su aporte de capital del nuevo socio?

3. ¿Las ganancias que tiene su empresa, en qué porcentaje lo distribuye?

%

a. Reinvierte en su empresa

b. Reparto de ganancia/ gasto personal

4. ¿Cuánto vende aproximadamente diario?

5. ¿Cuál es porcentaje de ganancia de sus ventas?

a. 0% - 5%

d. 15% - 20%

h. 40% a +

b. 5% - 10%

e. 20% - 25%

c. 10% - 15%

f. 25% - 30%

IV. VARIABLE DE COMPETITIVIDAD

Valore de 1 a 5 las opciones que mejor describan las ventajas competitivas o factores de éxito de su empresa.						
1= Poco relevante 2= Relevante 3= Neutral 4= Importante 5= Muy importante						
1	La calidad de los procesos de fabricación o de prestación del servicio	1	2	3	4	5
2	Capacidad tecnológica mejores costes	1	2	3	4	5
3	La rapidez en los plazos de entrega	1	2	3	4	5
4	Seriedad en los plazos de entrega	1	2	3	4	5
5	Imagen de empresa seria en nuestros clientes	1	2	3	4	5
6	Imagen de marca de nuestros productos/servicios	1	2	3	4	5
7	La diferenciación en todos nuestros productos y/o servicios	1	2	3	4	5
8	Diseño más innovador que los competidores	1	2	3	4	5
9	La capacidad de adquirir nuevos clientes	1	2	3	4	5
10	Servicio postventa y de atención al cliente	1	2	3	4	5
11	El conocimiento y análisis exhaustivo de nuestros clientes	1	2	3	4	5

ANEXOS 04: MATRIZ DE DATOS

VARIABLE	ITEM	CODIGO	ETIQUETA DE VALORES
FINANCIAMIENTO	P1, P1.1, P2, P3	1 2	- SI - NO
	P5	1 2 3	- Pagos a proveedores - Compra de materia prima - Inversión en maquinaria
	P4	1 2	- Reinvierte en su empresa - Reparto de ganancia
	P1.2, P1.3, P2.1, P2.2, P2.3, P2.4, P3.1, P5	Rellenar	- Rellenar
	P6	1 2 3 4 5 6 7	- 0% - 5% - 5% - 10% - 10% - 15% - 15% - 20% - 20% - 25% - 30% -35% - Mas de 40%
	COMPETITIVIDAD	P1, P2, P3, P4, P4, P5, P6, P7, P8, P9, P10, P11	1 2 3 4 5

ANEXOS 05: SOLICITUD DE INFORMACION


UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE
FILIAL TUMBES


MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE
CONTRALMIRANTE VILLAR ZORRITOS
SUB GERENCIA DE TRAMITE DOCUMENTARIO Y ARCHIVO
13 MAY 2019
N° Reg: 3558 Folio: 1
Firma: Hora: 2:26

"Año de la Lucha Contra la Corrupción e Impunidad"

Tumbes, 13 de Mayo del 2019

Oficio N°0637-2019-COORD-ULADECH CATOLICA-TUMBES

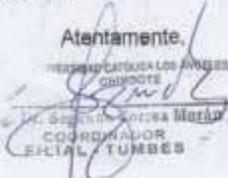
Sr.
Dr. Jesús Alberto Luna Ordinola
Alcalde de la Provincia de Contralmirante Villar
Ciudad.-

ASUNTO : Soliçito Brindar Facilidades

Tengo el honor de dirigirme a Usted para expresarle mi cordial saludo y a la vez solicitarle se le facilite información a la alumna **GREYCI SARITA SUNCION SAAVEDRA**, de la Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas de la Escuela Profesional de Administración del VII ciclo de nuestra Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, sobre número de tiendas de ropa que se encuentran registradas en su representada, para que pueda realizar su Proyecto.

Esta actividad forma parte de la Evaluación del Taller de Investigación III con el tema: **"CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES SECTOR COMERCIO RUBRO TIENDAS DE ROPA DISTRITO ZORRITOS"**

Conocedor de su alto espíritu de colaboración en beneficio de la formación y superación de la juventud de nuestra región, le expreso las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,

Sr. Susana Torres Moran
COORDINADORA
FILIAL TUMBES

Av. Tumbes N° 104 Tumbes - Perú
Teléfono: (072)524085
Web Site: www.uladech.edu.pe

ANEXOS 06: VALIDACIÓN POR EXPERTOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Sosa Ozelina Castillo.....

Identificado con DNI. 00333944..... Carnet de Colegio N° 007335.....

Con el grado de: Licenciado en Administración de Empresas.....

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por la estudiante Greyci Sarita Suncion Saavedra, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: Caracterización del Financiamiento y Competitividad de las Mypes, Sector Comercio Rubro Tienda de Ropa, distrito Zorritos, 2018; 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 los resultados.

Tumbes, Octubre del 2018


Cristóbal Bosa Orellana
Licenciado en Administración
CLAD - 07336

Sello y Firma.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

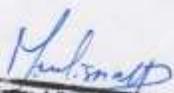
Yo Milagros Julissa Machado Pantoja

Identificado con DNI 70312272 Carnet de Colegio N° 10021

Con el grado de: Licenciada en Administración

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por la estudiante Greyci Sarita Suncion Saavedra, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población – muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: Caracterización del Financiamiento y Competitividad de las Mypes, Sector Comercio Rubro Tienda de Ropa, distrito Zorritos, 2018; 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 los resultados.

Tumbes, Octubre del 2018


Milagros Julissa Machado Pantoja
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN
GLAD-1821

Sello y Firma.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

Yo, Isella del Socorro Pingo Nima

Identificado con DNI 00372989 Carnet de Colegio N° 02624

Con el grado de Magister en Gestión Pública

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos encuesta, elaborado por la estudiante Greyci Sarita Suncion Saavedra, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población - muestra seleccionada para el trabajo de investigación titulado: Caracterización del Financiamiento y Competitividad de las Mypes, Sector Comercio Rubro Tienda de Ropa, distrito Zorritos, 2018; 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 los resultados.

Tumbes, Octubre del 2018



Ms. ISELLA DEL SOCORRO PINGO NIMA
Reg. Únic. de Colegio N° 02624
DECANA REGIONAL DE COLEGIOS TUMBES

Sello y Firma.

ANEXOS 07: FOTOGRAFIAS

Comercial Marleny



Tienda De Ropa “Juana”



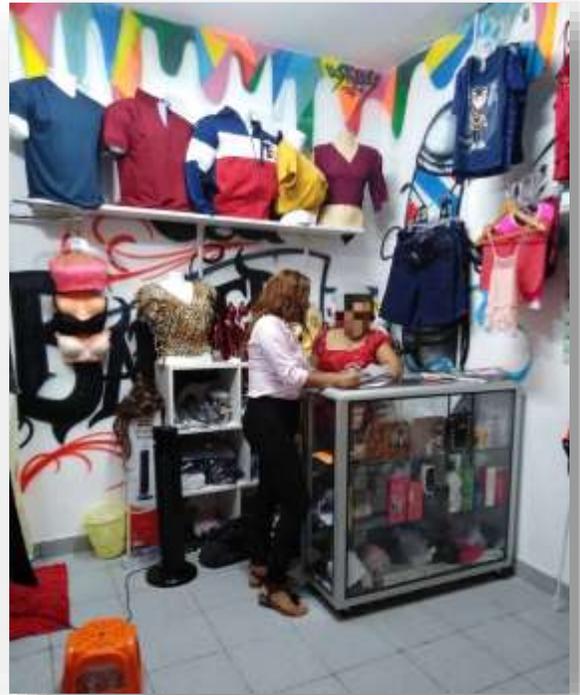
Mercado Puesto N° 64



Mercado Puesto N° 73



Mercado Puesto N° 76



Mercado Puesto N° 79



Mercado Puesto N° 86



Mercado Puesto N° 87

