



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Factores que limitan el Crecimiento Empresarial de las Mypes textiles del Centro
Comercial Don Carlos del Distrito Trujillo – 2017**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA

Nancy Katia Mercedes Núñez Malca

ASESOR METODÓLOGO

Dra. Olenka Ana Catherine Espinoza Rodríguez

ASESOR ESPECIALISTA

MsC. Elmis Jonatan García Zare

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing

TRUJILLO – PERÚ

2017

Página del Jurado



Dra. Olenka Ana Catherine Espinoza Rodríguez

Presidente



MsC. Elmis Jonatan Garcia Zare

Secretario



Dra. Luz Alicia Baltodano Nontol

Vocal

Dedicatoria

A Dios por estar presente en mi vida y permitirme llegar hasta aquí en cada paso que doy y haberme brindado los medios necesarios para poder culminar la presente tesis

A mis hermanos mayores quienes desde el cielo guían mi camino cuidándome. A mi madre y hermano, quienes con sus consejos, afecto y apoyo incondicional lograron darme las fuerzas necesarias para no darme por vencida.

Agradecimiento

A mis asesores de tesis, expresar mi gratitud por su apoyo, disposición y dedicación durante las diferentes etapas de elaboración, mejora en el desarrollo de la tesis.

Así también agradecer a todas aquellas personas que me brindaron la información necesaria para culminar de manera exitosa mi tesis.


Declaratoria de Autenticidad

Yo, Nancy Katia Mercedes Núñez Malca, con DNI N° 45240742, a efectos de cumplir con las disposiciones vigentes por el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico profesional de Administración., declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Asimismo declaro también bajo juramento que todos los datos e información facilitada, como así también toda otra documentación y/o información son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto en los documentos como en la información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Trujillo, Diciembre 2017



Nancy Katia Mercedes Núñez Malca

Presentación

Señores miembros del jurado

De cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Factores que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes del Centro Comercial Don Carlos del Distrito Trujillo – 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciada en Administración.

La Autora

Índice

Página del Jurado	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Presentación.....	v
Declaración de Autenticidad.....	vi
Índice.....	vii
Índice.....	viii
Índice de Tablas.....	viii
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
I. INTRODUCCIÓN	
1.1. Realidad problemática.....	13
1.2. Trabajos previos.....	14
1.3. Teorías relacionadas al tema	19
1.4. Formulación del problema.....	25
1.5. Justificación.....	25
1.6. Hipótesis.....	26
1.7. Objetivos	
1.7.1 General.....	27
1.7.2 Específicos.....	27
II. MÉTODO	
2.2. Diseño de investigación	29
2.2.1. No experimental.....	29
2.2.2. Diseño de corte transversal	29
2.2.3. Descriptivo.....	29
2.3. Operacionalización de variables	
2.3.1 Variables.....	29
2.3.2 Operacionalización.....	30
2.4. Población y muestra	

2.4.1. Población.....	31
2.4.1. Muestra.....	32
2.5. Técnica e instrumento de recolección de datos validez y confiabilidad	
2.5.1. Validez.....	32
2.5.2. Confiabilidad.....	32
2.6. Métodos de análisis.....	33
2.7. Aspectos éticos.....	33
III RESULTADOS	35
3.1. Comprobación de Hipótesis.....	44
IV DISCUSIÓN DE RESULTADOS	46
V CONCLUSIONES.....	50
VI RECOMENDACIONES.....	52
VII PROPUESTA	54
VIII. REFERENCIAS.....	57
ANEXOS	

Índice de Tablas

Tabla 3.1. Distribución numérica y porcentual según capacidades directivas del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017.....	35
Tabla 3.2. Distribución numérica y porcentual según capacidades competitivas del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017.....	36
Tabla 3.3. Distribución numérica y porcentual según capacidades financieras del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017.....	37
Tabla 3.4. Distribución numérica y porcentual según capacidades del talento humano del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017.....	38
Tabla 3.5. Distribución numérica y porcentual según capacidades técnicas del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017.....	39
Tabla 3.6. Distribución numérica y porcentual según Fuerzas Económicas del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017.....	40
Tabla 3.7 Distribución numérica y porcentual según Fuerzas Sociales del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017.....	41
Tabla 3.8 Distribución numérica y porcentual según Fuerzas Políticas del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017.....	42
Tabla 3.9 Distribución numérica y porcentual según Fuerzas tecnológicas del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017.....	43

Resumen

En el presente trabajo de investigación tiene como propósito determinar dónde radican aquellas limitaciones de crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Don Carlos del Distrito Trujillo 2017.

Para su ejecución se utilizó el diseño de investigación no experimental – transversal – descriptivo, la población se tomó como unidad de análisis a los microempresarios del centro comercial Don Carlos del distrito Trujillo, con un total de 41 Mypes con una muestra de la misma representación, la recolección de datos se realizó a través de una encuesta, con grado de confiabilidad de ,706 por lo que estuvo a cargo de tres expertos en materia de investigación de la carrera de Administración y Marketing. Los resultados obtenidos de la investigación muestran que los factores internos que limitan el crecimiento empresarial es la capacidad financiera y capacidad del talento humano con 54% siendo deficientes por lo que impide su desarrollo. Así mismo los factores externos también evidencian ser limitantes de crecimiento indicando que las fuerzas políticas con 66% no ayuda al crecimiento de las empresas viéndose expuesta a perder ingresos, de tal manera las fuerzas tecnológicas también es un indicio desfavorable con 80.5%. Por lo tanto se concluye con esta investigación que los factores internos y externos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes del centro comercial Don Carlos son las capacidades financieras, de talento humano y las fuerzas políticas y tecnológicas.

Palabras claves: Crecimiento empresarial, Factores internos y externos.

Abstract

In the present work we are dealing with a research with specific trends of the commercial growth of the textile Mypes of the Don Carlos shopping center of the Trujillo District 2017.

For its execution, the non - experimental - transversal - descriptive research design was used; the population was taken as a unit of analysis to the micro entrepreneurs of the Don Carlos shopping center in the Trujillo district, with a total of 41 Mypes with a sample of the same representation, The data collection was carried out through a survey, with reliability, 706 so it was in charge of three experts in research of the career of Administration and Marketing. The results obtained from the research show that the internal factors that limit business growth with the financial capacity and the capacity of human talent with 54% are deficient, which prevents their development. Likewise, the external factors that show to be limiting growth indicating that the political forces with 66% do not help the growth of the companies, are also pending payment, in the same way the technological forces is also an unfavorable indication with 80.5% . Therefore, we conclude with this investigation that the internal and external factors that limit the business growth of the Mypes of the Don Carlos shopping center, the financial capacities, the human talent and the political and technological forces.

Keywords: Business growth, internal and external factors.

I. INTRODUCCIÓN

I. Introducción

1.1. Realidad Problemática:

Perú y las empresas textiles de todo el mundo inicialmente tenían la intención de fabricar ropa en una importante contribución al desarrollo nacional, pero ahora incluye una extensa gama de métodos.

La industria textil en el país es la tercera fuente más importante de ingresos en exportaciones, pero el principal problema es la importación de productos textiles desde el extranjero a Perú, lo que hace que sea más difícil para los fabricantes de prendas de vestir crecer como empresa. La producción en grandes cantidades lleva acabados que afectan a toda la cadena de ropa.

Es importante mencionar que, por esta razón, la industria textil apoya el crecimiento del producto con una buena contribución, pero enfrenta el desafío de competir en el país y en el resto del país para mejorar los desafíos de la industria.

Las Mypes textiles están buscando crecer empresarialmente logrando acuerdos de desarrollo por los empresarios, lo que permitirá prácticas más competitivas en el sector textil.

Las deficiencias del sector textil de las Mypes del centro comercial Don Carlos Distrito Trujillo se mencionan a continuación: Existen escasas acciones de planeación, coordinación y comunicación entre los trabajadores para ejercer acciones cooperativas que favorezcan a la búsqueda de canales de abastecimiento de materia prima para la eficiente confección de sus productos. Asimismo, existe poca capacidad técnica y tecnológica, ya que la infraestructura y el equipamiento son limitados, afectando a la productividad de las Mypes. Finalmente, se aprecia que los confeccionistas suelen trabajar

de manera independiente, es decir, no se agrupan coordinadamente a pesar de trabajar en el mismo centro comercial, a fin de poder efectuar mejoras en la producción de productos textiles.

El propósito de esta investigación se realiza para determinar dónde radican aquellos limitantes de crecimiento que tienen los confeccionistas textiles y tener un amplio posicionamiento dentro del mercado con oportunidades de crecimiento, lo que esto dificulta buscar ventajas de competencia hacia nuevas tendencias de la moda.

Luego de conocer la realidad problemática se han generado las siguientes interrogantes en la investigación:

¿Cuáles son los factores internos limitan el crecimiento de las mypes textiles del Centro Comercial Don Carlos?

¿Cuáles son los factores externos limitan el crecimiento de las mypes textiles del Centro Comercial Don Carlos?

1.2. Trabajos Previos:

Gómez (2013) en su tesis

Factores que inciden en el Crecimiento de las Microempresas de la Ciudad de Quetzaltenango – Guatemala”, referente a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Rafael Landívar. Su objetivo era analizar los aspectos clave de la tecnología, la administración y la naturaleza financiera que de alguna manera pueden afectar el crecimiento de las microempresas, para que puedan desarrollar capacidades de productividad y competitividad. Durante la investigación se tuvo la oportunidad de aplicar el objetivo a microempresarios o micro líderes que tienen el

área pública abierta 3 de la propiedad comercial de la ciudad de Quetzaltenango; El estudio se realizó tomando el universo completo de 100 personas, de las cuales 72 votos fueron respondidos por los microempresarios y 28 empleados designados por los propietarios para responder al proyecto de ley.

Tomando la investigación descriptiva, tuvo como principales resultados: La acción más rápida son conocidos o forma o herramientas administrativas tales como la planificación, organización, personal, gestión, seguimiento y otros, que de un modo u otro acuerdo con este son utilizados por el micro empresario (propietario) porque han investigado o simplemente porque usan sistemas empíricos para controlar. Concluyendo que las microempresas son vistas como la solución a sobrevivir porque muchas personas refieren que dependen de ellas para mantenerse dentro del mercado.

Bautista (2013) en su tesis

Factores que inciden en el éxito de las microempresas con mínimo cinco años de existencia del sector terciario del municipio de Arauca, cuyo objetivo fue determinar los factores de éxito de las microempresas del municipio Arauca. Se utilizó como un universo para empresas seleccionadas al azar, cuyo cuestionario se aplicó. Finalmente, se descubrió que tres factores clave que afectan a las empresas de microbiología, como las relaciones comerciales, el cambio de propiedad y la gestión del conocimiento, así como la aplicación del modelo de diamante competitivo de Porter, lo que ayudaron a identificar las competencias del campus de Arauca, que es una referencia importante para los diferentes actores en la búsqueda de opciones que contribuyan al crecimiento y la promoción de la comunidad empresarial local.

Morales (2014) en su tesis

Análisis del crecimiento empresarial y la supervivencia de las empresas del sector fabricación de calzado (CIU) de la provincia de Tungurahua, referente a la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato - Ecuador. Su propósito fue explicar la relación entre el crecimiento del negocio y la supervivencia de las empresas en los productos en la provincia de Tungurahua para mejorar el desarrollo de la economía. Este estudio de investigación fue la observación, prospectiva, transversal y analítica. Concluyendo que los factores de crecimiento empresarial son los activos que posee la empresa conociendo los bienes tangibles e intangibles para el funcionamiento de la empresa.

Canaza (2014) en su tesis

Las redes empresariales y el crecimiento de las microempresas del mercado central de San Pedro del Cusco. De la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Alas Peruanas – Cusco. Este estudio tiene como objetivo determinar el grado de influencia en las empresas en el crecimiento del micromercado de San Pedro. El estudio de investigación fue experimental descriptivo. Concluye que los sistemas comerciales afectan el crecimiento de las microempresas.

Aguilera y Virgen (2014) en su tesis

Principales indicadores de crecimiento empresarial en las pequeñas y medianas empresas: caso Santiago de Cali – Colombia. Su objetivo es presentar los principales indicadores de crecimiento que las pymes tienen en Santiago de Cali - Colombia. Para realizar la investigación, se realizó un cuestionario sobre una muestra de 106 empresas, con un nivel de seguridad del 95%, 10% y 50% de margen. Los resultados del estudio se muestran a través de las recomendaciones y puntos de vista del corresponsal sobre la importancia de la diversidad y la variedad de las posiciones financieras, así como de los alcaldes de Santiago de Cali y Colombia.

Cáceres (2015) en su tesis

Nivel de profesionalización del empresario y el crecimiento empresarial de la producción y comercialización de ropas deportivas en la ciudad de Juliaca, referente a la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez. A fin de determinar la profesionalidad del emprendedor y el establecimiento de la producción comercial y la comercialización de hojas de ruta. Fue una buena idea investigar el tipo de programa no experimental. En conclusión, el nivel de profesionalismo empresarial y la producción de crecimiento comercial de la comercialización de ropa deportiva fueron bajo.

Terán (2015) en su tesis

Crecimiento empresarial mediante el mejoramiento del control de actividades operativas en el sector informal de Guayaquil de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Guayaquil – Ecuador. El objetivo del estudio es fortalecer y administrar las actividades operativas de la empresa y establecer el talento para registrar o establecer un sector comercial y no comercial. Su investigación fue analítica, inductiva. Concluyendo que las acciones que se realizan no tienen suficiente control sobre lo que se limita al crecimiento del negocio.

Vílchez (2015) en su tesis

Propuesta de un modelo de éxito de planeamiento estratégico basado en la consolidación de las mejores prácticas de ingeniería industrial de las medianas empresas del sector textil en el rubro confecciones de Lima, con el objetivo de establecer el éxito en la metodología, incluidas las definiciones para cada grupo de investigación. Lo principal es que hay factores que limitan el desarrollo de las medianas empresas en Islandia. Las historias como una pequeña política de apoyo ya son los planes de emprendimiento de propiedad estatal, en lugar de un rol de supervisor, en lugar de un nuevo mentor de emprendedores. Las estimaciones de otro factor limitado se refieren a los aspectos sociales de las cuestiones sociales, así como la información sobre la participación social y la identificación de las personas mayores y las grandes empresas. Concluyendo que existe una falta de autoestima, vista desde el sistema de educación pública, donde los jóvenes están preparados para ser subordinados en lugar de líderes y empresarios.

1.3. Teorías Relacionadas al Tema

1.3.1. Crecimiento Empresarial

1.3.1.1. Definición

Algunos autores han planteado definiciones del término crecimiento; entre ellos Cardona y Cano (2005, p. 24), aducen que:

El crecimiento es un proceso intangible que depende de factores tangibles (acumulación de recursos físicos, humanos), sobre todo, planificación y estructura internas (p. 24)

Crecimiento empresarial Según Blázquez, Dorta y Verona (2006), se ha tomado de forma literaria y administrativa; los objetivos que las organizaciones quieren, y en este caso, una política formal basada en políticas se basa en la política de tasas de interés. Otra forma es promover, fortalecer y administrar, así como la organización de la organización y los resultados del gobierno del emperador. Para este estudio, el crecimiento se considera el objetivo anhelado. De acuerdo a estos autores, el crecimiento empresarial puede atribuirse como:

El proceso de adaptación a cambios requeridos por el entorno y/o los iniciados por el directivo contribuye de acuerdo con lo que la empresa se reunió para desarrollar o aumentar su capacidad de producción mediante la adaptación o compra de nuevos recursos, cambios organizacionales que respalden los cambios realizados; todo lo que necesita para respaldar las operaciones financieras de la empresa que le permite ganar competitividad a largo plazo en este momento. (Blázquez, Dorta y Verona, 2006, p. 187)

Nava y Guerra (2006) indican que

Es el aumento y la cantidad y las medidas, así como los cambios en sus características económicas internas. Se puede reflejar extra y

todos los parámetros de producción, ventas, ganancias, líneas de productos.

Estas dos definiciones previas se caracterizan por promover las empresas de medio ambiente externo (especialmente el mercado) y también por enfatizar que engañarán o presentarán todas las características involucradas en su buen negocio; Por lo tanto, el crecimiento de las empresas se considera como un proceso que lo genera. En general, estos cambios suelen ser un volumen, o al menos lo que la mayoría de los gerentes esperan (desarrollo de capital, producción, mercado, entre otros).

1.3.1.2. Factores del Crecimiento Empresarial

a. Factores internos.

El análisis interno es un método para analizar las fortalezas y debilidades de la organización. De acuerdo con las declaraciones de Serna (1997, citada y Aguilera y Virgen, 2014), que es una parte integral de la identificación de:

Las capacidades directivas: administrativas (planificación, gestión, toma de decisiones, coordinación, comunicación, monitoreo)

Capacidad competitiva: negocios afiliados, historias como calidad del producto, participación en el mercado, canales de distribución, precios, anuncios, clientes, servicio al cliente de calidad.

Capacidades financieras: estos son factores tales como: disponibilidad de crédito.

Las capacidades técnicas o tecnológicas: esto involucra elementos que se relacionan con el proceso de fabricación dentro de las

organizaciones industriales y las infraestructuras, procesos y empresas de servicios.

Las capacidades del talento humano incluyen: niveles académicos, progreso tecnológico, velocidad, rotación, ausentismo, beneficios, entre otros.

b. Factores externos.

Las fuerzas externas pueden dividirse en cinco categorías principales y procesar su cambio al cambio en la demanda de productos y servicios industriales como el consumo; divide el producto de tu salud; La naturaleza de la situación se basa en la importancia del mercado; Tipos de servicios disponibles (David, 2006):

Fuerzas económicas: Hodge, Anthony y Gales (1998, citados en Aguilera y Virgen, 2014) Indican en qué medida el monitoreo económico gubernamental de la organización tiene un impacto apropiado en ambos tipos de compañías existentes y en la forma de malentendidos. Los parámetros económicos establecen que el comportamiento de las organizaciones, afectan directamente a los administradores de recursos tanto físicos, humanos, industriales, técnicos e inalámbricos y otros, como los demográficos, culturales, ambientales y técnicos. (Betancourt, 2011)

Fuerzas sociales, culturales, demográficas y ambientales: definir perfiles, trabajo, producción y fidelización de clientes y propiedad de productos y servicios, mercados y clientes. (David, 1997, citado en Aguilera y Virgen, 2014)

Fuerzas políticas, gubernamentales y legales: Wheelen y Hunger (2007, p. 73) Definir la ley de los políticos y justificar la ley del país con respecto a los asuntos de la materia y el estado de derecho.

Fuerzas tecnológicas: Los avances técnicos afectan significativamente a las mercancías, bienes, productos, vendedores, repartidores, contendientes, interesados, métodos de fabricación, prácticas de mercado y posiciones competitivas de las compañías. (Hellriegel y Slocum, 2008)

1.3.1.3. Enfoques del Crecimiento Empresarial

El establecimiento de un sistema de comercio se basa en una variedad de perspectivas sobre el desarrollo de las ciudades y en el desarrollo de indicadores que son importantes para determinar si se deben cumplir o no los objetivos del proyecto. Blázquez, Dorta y Verona (2006) establecen que entre las más utilizadas por la literatura se encuentran:

La estructura del crecimiento y/o perspectiva del ciclo de vida. Desde este punto de vista, la empresa evoluciona en etapas, ya que cada etapa es el resultado de una revolución previa, que gradualmente forma un ciclo de crecimiento que se ve interrumpido por crisis volátiles. El equipo es el primer modelo en crear una fase constante y gradual de una licencia comercial que determina el perfil comercial, que determina la relación entre dos compañías, políticas, organización y organización. (Blázquez, Dorta y Verna, 2006). Según Aguilera (2010), la perspectiva de ciclo de vida está conformada por tres estrategias de crecimiento: Diversificación concéntrica, horizontal y de conglomerados.

Perspectiva basada en los recursos: centrado en ver los centros y la existencia de recursos con los recursos, que puede ser dominado y hoy es la función de inductores para determinar el crecimiento de la empresa que sin duda desempeña un papel importante en una actitud empresarial. Forcadell (2007, p. 3) describe la política de crecimiento, se centra en los recursos y recursos disponibles, así como también determina la actividad futura de los recursos. Según Aguilera (2010), la perspectiva cíclica era el objetivo más avanzado, estratégico y estratégico, y el mercado, el desarrollo del mercado, el desarrollo de productos, el despliegue centrado, la diversidad horizontal y la diversidad.

Perspectiva Motivacional: De acuerdo con el Enfoque de Charan (2008, p.89), no es solo lo que lo garantiza o un plan general para crear buenos resultados para el crecimiento del proyecto; es el más necesario para estos resultados, esto es parte del grupo que actúa de una manera dinámica y armoniosa para reunir energía o poder con el fin de obtener el máximo rendimiento de los resultados esperados; se refiere específicamente al Grupo de Trabajo, tomando en cuenta al equipo en la aplicación no sólo a la empresa o principal del departamento o la unidad principal, que incluye todas las personas en el más bajo y el más alto, proceso complicado, pero lógicamente debería conducir a un buen conductor, cada conductor tiene que estar muy comprometido con el crecimiento económico, para que pueda, de esta manera, ser capaz de dar una sensación de crecimiento general en su área de responsabilidad. Según Aguilera (2010), hay una estrategia en tres frentes de perspectivas basadas en la motivación: avance, rebote e integración horizontal.

1.3.1.4. Medición del Crecimiento Empresarial

Estos factores tienen diferentes medidas; estos incluyen el valor para el accionista, las ganancias por acción, las ganancias y las ventas. Sin embargo, uno de los factores determinantes del crecimiento es el volumen de ventas; Este factor es diferente y depende en gran medida de la percepción, las preferencias, el gusto y los hábitos de compra de los clientes; No olvide y combine la imagen de su compromiso comercial.

Es importante señalar que los autores como Charan (2004, citado en Aguilera y Puerto, 2012) clasifican el crecimiento de los negocios de los dos modelos, lo que le da la connotación de un buen crecimiento y mal crecimiento. Para él, el buen crecimiento se ha caracterizado por los beneficios obtenidos y sostenidos en el tiempo; que se define como económico, orgánico, maduro y sostenible, crea el valor de los accionistas. Rentable, refiriéndose al mayor generador de resultados en comparación con lo que estaban invirtiendo en otras inversiones; derivado orgánicamente de la propia organización, sus actividades internas (creatividad e innovación) se consideran con mayor frecuencia; madura, se refiere al factor que una empresa es diferente para que sea reconocida por el producto, proceso, servicio o empresa en sí; y sostenible porque necesita ser extendido a lo largo del tiempo.

Sin embargo, en este estudio, debido a la naturaleza de la población, identificación y evaluación de los factores internos y externos la cual apoyan al crecimiento de las empresas para evaluar las fortalezas y debilidades de la propia actividad de la empresa se considera posible; analizar y evaluar el desarrollo y desarrollo de la empresa; y mostrar las oportunidades y amenazas clave de la organización. Ambos líderes para desarrollar estrategias para aprovechar las oportunidades externas de las amenazas o de disminuir las

consecuencias, y para establecer objetivos de incrementar la agencia de desarrollo coordinado (David, 1997, Aguilera y Madonna 2014) estrategias. Por lo tanto, la medida es considerada como factores en el negocio de crecimiento de factores internos y externos que afectan al crecimiento potencial y real; en el crecimiento es posible definir estrategias que se pueden considerar al realizar la planificación estratégica.

1.4. Formulación del Problema

¿Qué factores limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Don Carlos de Trujillo, 2017?

1.5. Justificación

1.5.1 Por conveniencia

Esta investigación es necesaria para las Mypes del sector textil por lo que generalmente son una parte del centro comercial los que directamente se ven afectados con respecto a las limitaciones que no les permite crecer y así mismo servirá para que se realice un plan estratégico donde logre crecimiento y beneficie a ellos mismos como empresarios.

1.5.2 Relevancia social

Permitirá mejorar la situación de los microempresarios en cuanto a su crecimiento empresarial, garantizando en el desarrollo de la sociedad, mostrándoles un enfoque de crecimiento basado en los factores que limitan a éste, lo que será de mayor ayuda en el momento de confeccionar prendas de calidad.

1.5.3 Implicancias prácticas

En el estudio de investigación, la aplicación del instrumento permitirá conocer los factores que limitan el crecimiento empresarial de las mypes, lo cual permitirá diseñar y ejecutar propuestas de mejora que favorezcan a su desarrollo dentro del mercado laboral y la sociedad.

1.5.4. Utilidad metodológica

La investigación, al realizarse según el método científico, servirá como antecedente relevante para futuras investigaciones interesadas por ampliar los factores que limitan el crecimiento empresarial de las empresas en el contexto trujillano dentro de otros rubros, lo cual contribuirá a la expansión de la comunidad científica.

1.6. Hipótesis

Hi: Los factores internos y externos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del Centro Comercial Don Carlos del Distrito Trujillo – 2017, son las capacidades financieras, de talento humano y las fuerzas políticas y tecnológicas.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Determinar los factores internos y externos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Don Carlos del distrito Trujillo 2017

1.7.2. Objetivos específicos

O₁: Identificar los factores internos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Don Carlos del distrito Trujillo 2017.

O₂: Identificar los factores externos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Don Carlos del distrito Trujillo 2017.

O₃: Realizar una propuesta para el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Don Carlos del distrito Trujillo 2017

II. MÉTODO

III. Método

3.1. Diseño de investigación

No experimental. Hernández, Fernández y Baptista (2014) indican que: La manipulación de las variables no puede ser posible, ya que se basa en la observación de su mismo entorno de manera, no se logra tener control directo, ni influir en ellas.

De corte transversal. Hernández et al (2014) refiere que: Recolecta información en un momento dado y específico. Su propósito es describir y analizar las variables.

Descriptiva. Entendida por Hernández et al (2014) como aquel tipo de investigación en donde se toman en consideración la descripción de las variables para conocerla.

Esquema:

M → Ox

M: Muestra

Ox: Observación de la variable

3.2. Variables, operacionalización

3.2.1. Variable

- Factores del Crecimiento empresarial

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala De Medición
Factores del crecimiento empresarial	El proceso de adaptación a los cambios requeridos por el entorno o los iniciados por el directivo que contribuye de acuerdo con lo que la empresa necesita para desarrollar o aumentar su capacidad de producción mediante la adaptación o compra de nuevos recursos, cambios organizacionales que respalden los cambios realizados; todo lo que necesita para respaldar la capacidad financiera de la empresa que le permite lograr una competitividad a largo plazo en este momento. (Blázquez, Dorta y Verona 2006), citados por (Aguilera y Virgen 2014,p 187)	Para la medición de los factores del crecimiento empresarial se consideró el instrumento elaborado por Aguilera y Virgen (2014), basándose en el modelo de David (1997), considerando a los factores externos e internos.	Factores internos	Capacidades directivas Capacidades competitivas Capacidades financieras Capacidades técnicas Capacidades de talento humano	Ordinal
			Factores externos	Fuerzas económicas Fuerzas sociales, culturales, demográficas y ambientales Fuerzas políticas, gubernamentales y legales Fuerzas tecnológicas	

Nota: Se tomó las dimensiones el modelo propuesto por David (1997) y la clasificación de Aguilera y Virgen (2014).

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población:

La población de este estudio estuvo conformada por 41 Mypes textiles que se dedican a la confección y venta de prendas de vestir que son requeridas por distintas empresas en gran proporción por las empresas de seguridad, empresas mineras, club deportivos, retails, escuelas, colegios que se encuentra ubicado en la calle Sinchi Roca N° 1001 del centro comercial Don Carlos del Distrito Trujillo 2017. Cabe destacar que sólo se seleccionaron las Mypes que confeccionan y comercializan productos textiles a gran escala y que cuentan con equipos necesarios para su elaboración.

3.3.2. Muestra

Se realizó el cálculo de la muestra para una población finita, considerando a la totalidad de la población para la conformación de la muestra, dado que se trata de una cantidad pequeña

Unidad de análisis: Microempresarios del centro comercial Don Carlos del distrito Trujillo.

3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.5.1. Técnica.

Se utilizó la técnica de la encuesta debido a que permite una recogida más óptima de información acerca de una variable.

2.5.2. Instrumento.

El instrumento utilizado fue el cuestionario, adaptado propuesto por Aguilera y Virgen (2014), basándose en los postulados teóricos de David (1997). El instrumento consideró un total de 53 ítems, ya que representan a los principales indicadores de crecimiento en las Mypes por lo que se tomó como referencia para realizar el cuestionario. El instrumento constó con una escala de evaluación tipo Likert.

Validez

Para comprobar la validez del instrumento de investigación se tomó a juicio la opinión de tres expertos en relación a la especialidad en administración y marketing que evaluarán la pertinencia de las preguntas que lo conforman.

Confiabilidad

Para comprobar la confiabilidad del instrumento, se recurrió al método de consistencia interna según el Alfa de Cron Bach, aplicándose a una muestra piloto de 15 Mypes del centro Comercial Plaza Toro donde el coeficiente alcanzo el ,706 demostrando consistencia.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

3.5. Métodos de análisis de datos

El análisis de los datos se realizó mediante la estadística descriptiva.

Se realizó tablas o gráficos ilustrativos con la información obtenida por las encuestas y pasadas a datos cuantitativos, en función de lograr una mejor interpretación y análisis de la información.

Para la tabulación se le asignó una valoración desarrollándose con una puntuación del uno (1) al cinco (5) según se traten los ítems clasificándose por niveles para el factor interno (eficiente, moderado, deficiente) y para el factor externo (bueno, regular y malo). Como se detallan en las siguientes tablas.

Niveles	Puntuación
Eficiente	4 - 5
Moderado	3
Deficiente	1 - 2

Niveles	Puntuación
Bueno	4 - 5
Regular	3
Malo	1 - 2

3.6. Aspectos éticos

En la elaboración de la investigación se dio cumplimiento con todas las normas y reglas de conducta vigentes en los procedimientos científicos de investigación dando lugar al valor que se le atribuye la autenticidad del estudio, así mismo los resultados serán veraces y confiables que ayudarán a posteriores investigaciones con el propósito de mejorar el desarrollo integral prevaleciendo los valores éticos.

III.RESULTADOS

III. Resultados

O₁: Identificar los factores internos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Don Carlos del distrito Trujillo 2017

Tabla 3.1

Distribución numérica y porcentual según capacidades directivas del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

Nivel	Microempresarios	Porcentajes
Eficientes	3	7.3
Moderados	35	85.4
Deficientes	3	7.3
Total	41	100

Nota: Datos obtenidos de encuesta aplicada a 41 microempresarios textiles del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

Según los datos obtenidos se puede observar en la tabla 3.1 un porcentaje alto de los microempresarios encuestados que representan el 85.4% identifican que la capacidad directiva son relativamente moderadas con respecto a su coordinación, actividades, en tanto el 7.3 % identifica que son eficientes y deficientes.

Tabla 3.2

Distribución numérica y porcentual según capacidades competitivas del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

Nivel	Microempresarios	Porcentajes
Eficientes	0	0
Moderados	40	97.6
Deficientes	1	2.4
Total	41	100

Nota: Datos obtenidos de encuesta aplicada a 41 microempresarios textiles del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

Los resultados que se aprecia en la tabla 3.2 indican que el 97.6% por ciento de los microempresarios encuestados indicaron que la capacidad competitiva dentro del centro comercial es moderada debido a que no siempre cuentan con los medios necesarios que les permita crecer en el mercado.

Tabla 3.3

Distribución numérica y porcentual según capacidades financieras del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

Nivel	Microempresarios	Porcentajes
Eficientes	0	0
Moderados	19	46
Deficientes	22	54
Total	41	100

Nota: Datos obtenidos de encuesta aplicada a 41 microempresarios textiles del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

En la tabla 3.3 se evidencia que el 54% indicaron que su capacidad financiera es deficiente en el momento de realizar préstamos por lo que no siempre recurren a solicitarlo por falta de garantías que acrediten pagos puntuales.

Tabla 3.4

Distribución numérica y porcentual según capacidades técnicas del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

Nivel	Microempresarios	Porcentajes
Eficientes	6	15
Moderados	35	85
Deficientes	0	0
Total	41	100

Nota: Datos obtenidos de encuesta aplicada a 41 microempresarios textiles del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

De acuerdo a los resultados obtenidos se aprecia en la tabla 3.4, que la mayor parte de microempresarios que representan el 85% cuentan con una capacidad técnica moderada, por lo que se encuentran en un punto medio donde el centro comercial les permita crecer como empresa, con innovación conocimientos y habilidades que poseen los empresarios.

Tabla 3.5

Distribución numérica y porcentual según capacidades del talento humano del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

Nivel	Microempresarios	Porcentajes
Eficientes	2	5
Moderados	17	41
Deficientes	22	54
Total	41	100

Nota: Datos obtenidos de encuesta aplicada a 41 microempresarios textiles del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

Los resultados presentados en la tabla 3.5 evidencian a través de la investigación una gran deficiencia sobre la capacidad del talento humano representando el 54% donde los trabajadores no cuentan con la debida capacitación para desarrollar sus labores desenvolviéndose eficazmente y logrando una buena producción.

O₂: Identificar los factores externos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Don Carlos del distrito Trujillo 2017.

Tabla 3.6

Distribución numérica y porcentual según fuerzas económicas del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

Nivel	Microempresarios	Porcentajes
Bueno	34	83
Regular	2	5
Malo	5	12
Total	41	100

Nota: Datos obtenidos de encuesta aplicada a 41 microempresarios textiles del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

En la tabla 3.6 los resultados muestran que si se cumple con las fuerzas externas económicas que es bueno para los microempresarios representando el 83% y que el nivel de la demanda textil contribuya al crecimiento de su empresa basándose sobre las organizaciones que cuentan con efecto relevante con empresas existentes.

Tabla 3.7

Distribución numérica y porcentual según Fuerzas sociales, culturales, demográficas y ambientales del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

Nivel	Microempresarios	Porcentajes
Bueno	33	80
Regular	8	20
Malo	0	0
Total	41	100

Nota: Datos obtenidos de encuesta aplicada a 41 microempresarios textiles del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

Los resultados de la tabla 3.7 se evidencia que las fuerzas sociales son buenas representando el 80% por que las empresas y clientes adquieran el producto por la calidad y la aceptación dentro del mercado generando un impacto importante en todos productos.

Tabla 3.8

Distribución numérica y porcentual según Fuerzas políticas, gubernamentales y legales del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

Nivel	Microempresarios	Porcentajes
Bueno	14	34
Regular	0	0
Malo	27	66
Total	41	100

Nota: Datos obtenidos de encuesta aplicada a 41 microempresarios textiles del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

Los resultados presentados en la tabla 3.8 refieren que el 66 % de los microempresarios indican que las fuerzas políticas, gubernamentales y legales son malas, por lo que se identifica una limitante y no ayuda al crecimiento de las empresas viéndose expuesta a perder ingresos e incluso llegando a cerrar su negocio.

Tabla 3.9

Distribución numérica y porcentual según fuerzas tecnológicas del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

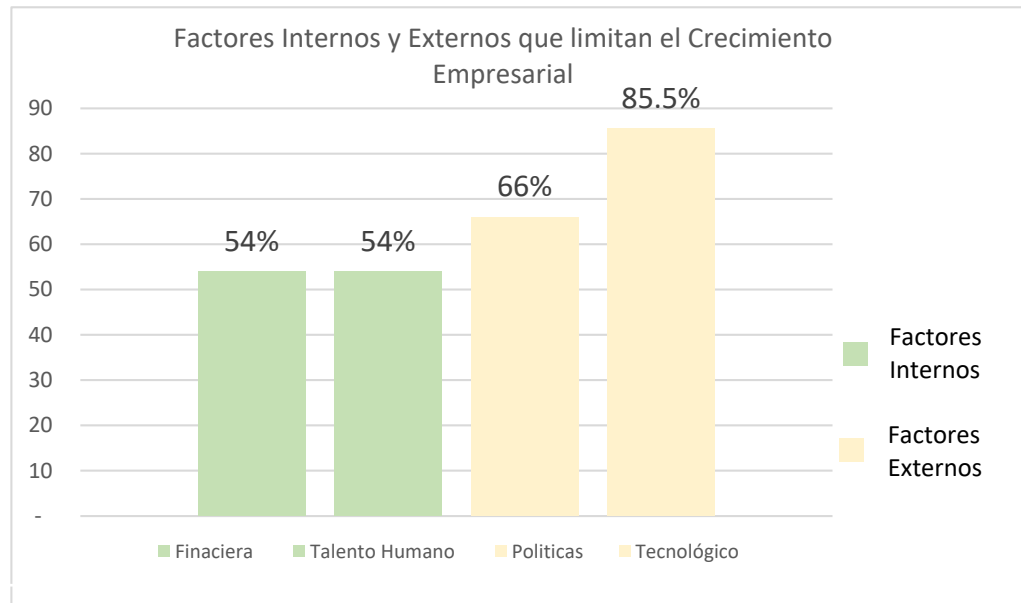
Nivel	Microempresarios	Porcentajes
Bueno	1	2.4
Regular	7	17.1
Malo	33	80.5
Total	41	100

Nota: Datos obtenidos de encuesta aplicada a 41 microempresarios textiles del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

Los resultados que se muestran en la tabla 3.9 evidencian que el 80.5% de los microempresarios no invierten en publicidad ni en promociones lo que se transforma en una limitación mala, por la cual no logran un crecimiento como tal debido al avance tecnológico digital.

Comprobación de Hipótesis

Figura 3.1



Fuente: Elaboración propia de los datos obtenidos de la encuesta aplicada a 41 microempresarios textiles del centro comercial Don Carlos Trujillo 2017

Porcentajes obtenidos de las tablas 3.3.; 3.5; 3.8 y 3.9 que explican las limitaciones para el crecimiento empresarial de las Mypes de centro comercial de Don Carlos Trujillo 2017.

Se confirma la hipótesis que los factores internos y externos que limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles de centro comercial Don Carlos del distrito Trujillo 2017 son la capacidad financiera, capacidad del talento humano y las fuerzas políticas y tecnológicas.

IV.DISCUSIÓN

IV. Discusión

Entre los principales problemas detectados en un inicio en el sector textil, son las escasas acciones de planeación, coordinación y comunicación entre los trabajadores para ejercer acciones cooperativas que favorezcan a la búsqueda de canales de abastecimiento de materia prima para la eficiente confección de sus productos. Asimismo, existe poca capacidad técnica y tecnológica, ya que la infraestructura y el equipamiento son limitados, afectando a la productividad de las Mypes. Finalmente, se aprecia que los confeccionistas suelen trabajar de manera independiente, es decir, no se agrupan coordinadamente a pesar de trabajar en el mismo centro comercial, a fin de poder efectuar mejoras en la producción de textiles. Por tales motivos, se determinaron los factores internos y externos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Don Carlos del distrito Trujillo 2017.

En la tabla 3.1 se observa que en cuanto a los factores internos, el 85% identifican que la capacidad directiva es relativamente moderada con respecto a su coordinación de actividades. Asimismo, en la tabla 3.2 se aprecia que el 97.6% indicaron que la capacidad competitiva dentro del centro comercial es moderado debido a que no siempre cuentan con los medios necesarios que les permita crecer como empresa dentro del mercado. Así también, se aprecia en la tabla 3.3 donde el 54% indicaron que su capacidad financiera es deficiente en el momento de realizar préstamos por lo que no siempre recurren a solicitarlo por falta de garantías que acrediten pagos puntuales, en tanto en la tabla 3.4 se observó que el 85% cuenta con una capacidad técnica moderada por lo que se encuentran en un punto medio donde el centro comercial les permita crecer como empresa, con innovación conocimientos y habilidades que poseen los empresarios.

En la tabla 3.5 el 54% indicaron no contar con la debida capacitación para desarrollar sus labores desenvolviéndose eficazmente y logrando una buena producción. Los resultados en cuanto a las capacidades del financiamiento se corroboran con lo hallado por Gómez (2013), quien señaló que las microempresas

son vistas como la solución a sobrevivir porque muchas personas refieren que dependen de ellas para mantenerse dentro del mercado. Aguilera y Virgen (2014), quien señala que existe la variedad de las posiciones financieras, así como de los alcaldes de Santiago de Cali y Colombia. Así mismo Morales (2014), concluyó que los factores de crecimiento empresarial son los activos que posee la empresa conociendo los bienes tangibles e intangibles para el funcionamiento de la empresa para su crecimiento Cáceres (2015) manifiesta que el nivel de profesionalismo empresarial y la producción de crecimiento comercial de la comercialización de ropa deportiva fueron bajos.

Asimismo, en cuanto a los factores externos, en la tabla 3.6, el 83% considera que si se cumple con las fuerzas externas económicas, ya que el nivel de la demanda textil contribuye al crecimiento de sus empresas basándose sobre las organizaciones que cuentan con efecto relevante con empresas existentes. De tal manera en la tabla 3.7 el 80% considera que las empresas y clientes adquieran el producto por la calidad y la aceptación que tienen dentro del mercado generando un impacto importante en todos productos. Así como también en la tabla 3.8 el 66% señala que las fuerzas políticas, gubernamentales y legales es mala por lo que se identifica una limitante y no ayuda al crecimiento de las empresas viéndose expuesta a perder ingresos e incluso llegando a cerrar su negocio. Por otro lado en la tabla 3.9 el 80% indican la gran mayoría que no invierte en publicidad y en promociones lo que se transforma en una limitación mala por lo que no logra su crecimiento como tal debido al avance tecnológico digital. Estos resultados se confirman con lo señalado según Canaza (2014), ya que los sistemas comerciales afectan el crecimiento de las microempresas. Así mismo Bautista (2013) confirma que una referencia importante para los diferentes actores en la búsqueda de opciones que contribuyan al crecimiento y la promoción de la comunidad empresarial local, dicho factor es un ente importante en el crecimiento empresarial. Sin embargo (Vílchez, 2015) señaló que las estimaciones de otro factor limitado se refieren a los aspectos sociales de las cuestiones sociales, así como a la

información sobre la participación social y la identificación de las personas mayores y las grandes empresas.

En cuanto a la contrastación de las hipótesis, los factores internos y externos limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del Centro Comercial Don Carlos del Distrito Trujillo – 2017, son las capacidades financieras, de talento humano y las fuerzas políticas y tecnológicas, aceptándose la hipótesis de investigación. Ello es corroborado por Aguilera y Virgen (2014), quien señaló que los factores internos tienen que ver con las posibilidades internas de crecimiento con las que cuenta la empresa, especialmente su capacidad financiera y sus recursos en cuanto al talento humano. En tanto que los factores externos están relacionados con las demandas del mercado laboral lo que posibilita la expansión de las empresas.

V.CONCLUSIONES

V. Conclusiones

5.1. En el estudio se identificaron los factores internos donde el 54% indicaron que su capacidad financiera es deficiente en el momento de realizar préstamos por lo que no siempre recurren a solicitarlo por falta de garantías que acrediten pagos puntuales. El 54% indicaron no contar con la debida capacitación para desarrollar sus labores desenvolviéndose eficazmente logrando una buena producción. (Tabla 3.3, tabla 3.5)

5.2. Sobre los factores externos, se identificó que el 66% señala que las fuerzas políticas, gubernamentales y legales es mala por lo que se identifica una limitante y no ayuda al crecimiento de las empresas viéndose expuesta a perder ingresos e incluso llegando a cerrar su negocio. Por lo que el 80% indican que no invierte en publicidad y menos en promociones lo que se transforma en una limitación mala por lo que no logra su crecimiento como tal debido al avance tecnológico digital. (Tabla 3.8, tabla 3.9)

5.3. Encontrándose ciertas deficiencias se ha realizado una propuesta para promover el crecimiento empresarial para ayudar a mejorar aquellas actividades y poder contrarrestar limitaciones de crecimiento de la Mypes del centro comercial Don Carlos del distrito Trujillo. (Parte VII).

5.4. Los factores internos y externos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes del centro comercial Don Carlos son las capacidades financieras, de talento humano y las fuerzas políticas y tecnológicas.

VI.RECOMENDACIONES

VI. Recomendaciones

A los microempresarios se les recomienda

6.1. Generar oportunidades para su crecimiento, mejorando sus cualidades como Mypes, a fin de que su capacidad competitiva aumente en relación a otras empresas de su rubro. Asimismo, acudir a nuevas formas de préstamo y financiamiento a fin de que puedan crecer. Finalmente, resulta importante que los microempresarios capaciten a su personal en la confección de nuevas vestimentas, poniéndose a la vanguardia de los cambios y necesidades sociales.

6.2. Invertir en oportunidades publicitarias, a fin de que como conjunto de microempresarios, puedan dar a conocer a la comunidad sus servicios y productos, permitiendo su posicionamiento en el mercado trujillano.

A futuros investigadores se les recomienda

6.3. Ejecutar nuevas investigaciones que permitan conocer con mucha exactitud los factores que limitan el crecimiento empresarial dentro de otros rubros del mercado laboral. Así mismo se recomienda realizar otras investigaciones de tipo correlacional donde se relacione el crecimiento empresarial con otra variable para su respectivo estudio.

VII.PROPUESTA

VII. Propuesta

Si bien es cierto cuando se llega a hablar de Mypes cabe mencionar que es muy interesante, la cual son vistas como empresas que se forman para tener un futuro en el mercado de la industria. De acuerdo a la investigación realizada, se identificó que el Centro comercial Don Carlos no cuenta con una adecuada capacidad financiera así como también falta de capacitaciones, por lo que no tienen personal preparado para realizar las actividades en la confección y producción, lo que a su vez no permite que los microempresarios se puedan desarrollar con eficacia. Esto se debe a que no poseen con una adecuada coordinación y mucho menos con un estudio previo, de tal manera que no les ayuda a crecer por la falta de asesoría.

7.1. Título

Propuesta de actividades para equilibrar los factores que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Don Carlos del Distrito Trujillo 2017.

7.2. Objetivos

Objetivo General

Analizar la necesidad de equilibrar los factores que limitan el crecimiento empresarial para las Mypes del sector textil del centro comercial Don Carlos del distrito Trujillo 2017.

Objetivos específicos

O1. Orientar a que las actividades se encaminen al cumplimiento de los objetivos de las Mypes del centro comercial Don Carlos.

O2. Orientar las actividades en distintas formas para lograr que la empresa vaya por buen camino.

7.2. Importancia

La necesidad de las actividades para equilibrar los factores que limitan el crecimiento empresarial resulta ser de suma importancia no solo para las Mypes textiles de Trujillo, sino también para la región, por lo que al tener determinantes en las actividades se estaría contribuyendo con el cumplimiento de objetivos.

7.4. Determinación de actividades

7.4.1. Asesoría contable

Realizar la contratación de los servicios de una empresa de consultoría contable, la cual permita recoger datos históricos y presentes con el fin de realizar un análisis de la situación financiera. Asimismo esto permitirá crear una presentación de las Mypes solventes a los estados financieros en caso se requiera financiamiento de estas.

7.4.2. Elaboración de presupuestos

Al realizar presupuestos anuales facilitara presupuestar la ejecución de actividades y el planteamiento de metas semestrales, las cuales se evaluara el cumplimiento y la eficacia de su plan operativo. Por lo que los presupuestos surgen como herramienta en relación con diferentes aspectos administrativos tanto contables como financieros de una organización.

Es necesario tener en cuenta en la elaboración de un presupuesto: conocer su empresa, contar con criterio de los empresarios de acuerdo al objetivo que busca, coordinar para su ejecución y ponerlo en práctica para un mejor desarrollo.

7.4.3. Elaboración de un plan de Inversión

Esta actividad permitirá presupuestar el requerimiento de muebles, inmuebles y equipos que serán necesarios para mejorar el funcionamiento de la organización, la ejecución de la misma ayudara crear un techo presupuestal para años posteriores.

Los inventarios ayudaran a los empresarios a contar con un mejor control en relación a sus bienes, con el propósito que sepa en realidad controlar que no falte nada y asimismo cumplir con sus compromisos.

7.4.4. Capacitación especializada

Realizar capacitación constante a todos lo que se ven involucrados en la empresa de preferencia laboral; fomentando el emprendedorismo con formación básica, fortaleciendo la cultura organizacional mediante actividades de esparcimiento, identificación y compromiso con su empresa.

VIII. REFERENCIAS

VIII. Referencias

- Aguilera, A. (2010). Direccionamiento estratégico y crecimiento empresarial: algunas reflexiones en torno a su relación. *Pensamiento y gestión*, No.28, p. 85-106
- Aguilera, A. y Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la responsabilidad social. *Pensamiento y Gestión*. 32, pp. 1 – 26. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/646/64623932002.pdf>
- Aguilera, A. y Virgen, V. (2014). Principales indicadores de crecimiento empresarial en las pequeñas y medianas empresas: caso Santiago de Cali – Colombia. *Revista Internacional de Administración y Finanzas*. 7 (6), pp. 27 – 43. Recuperado de: www.scielo.org.co/pdf/tend/v18n1/v18n1a03.pdf
- Bautista, P. (2013) *Factores que inciden en el éxito de las microempresas con mínimo cinco años de existencia del sector terciario del municipio de Arauca*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia - Sede Manizales, Colombia. Recuperado de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/9637/>
- Bernal, C (2010) *Metodología de Investigación*. 3.ª ed. Colombia: Pearson
- Betancourt, B. (2011). *Entorno Organizacional, Análisis y diagnóstico*. Cali: Universidad del Valle.
- Blázquez, F. Dorta, J. y Verona, M. (2006) Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. Recuperado de:
- Cáceres, V. (2014). *Nivel de profesionalización del empresario y el crecimiento Empresarial de la producción y comercialización de ropas Deportivas en la ciudad de Juliaca – 2014*. (Tesis licenciatura en Administración y Marketing). Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, Puno. Recuperado de: <http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/344>

- Canaza, D. (2014). *Las redes empresariales y el crecimiento de las microempresas del mercado central de San Pedro del Cusco – 2014*. (Tesis de licenciatura en Administración y Negocios Internacionales). Universidad Alas Peruanas, Cusco. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/Lizbetcc/tesis-danny-lizbet-canaza-cabrera>
- Cardona, M. & Cano, C. A. (2005). *Territorio, Ciclo de vida y Estructura empresarial: Un puente en la industrialización regional* (p. 24). Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- Charan, R. (2008). *El crecimiento rentable, un asunto de todos: 10 herramientas prácticas para el crecimiento empresarial* (2° ed.). España: Empresa Activa.
- David, F. (2006). *Conceptos de administración estratégica* (10° ed.). México: Pearson Educación
- Forcadell, J. (2007). *El crecimiento empresarial desde el enfoque basado en los recursos. Hacia un modelo integrador. Documentos de trabajo Nuevas tendencias en dirección de empresas*. Recuperado de: <http://catedradiversificacion.unizar.es/contenidos/publicaciones/Elcrecimientoempresarial.pdf>
- Gómez, J (2013) *Factores que indican en el crecimiento de las Empresas de Quetzaltenango* (Tesis de Licenciatura). Universidad Rafael Landívar. Guatemala. Recuperado de: <biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Gomez-Jose.pdf>
- Hellriegel, D. y Slocum, J. (2008). *Administración: un enfoque basado en competencias* (10° ed.). México: Thomson.
- Hernández, R. Fernández., & Baptista, M (2014). *Metodología de Investigación* México: Mc Graw Hill.

- Morales, K. (2014). *Análisis del crecimiento empresarial y la supervivencia de las empresas del sector fabricación de calzado (CIIU c1520.01) de la provincia de Tungurahua*. (Tesis de licenciatura en Contabilidad y Auditoría). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/21716>
- Nava, E. y Guerra, M. (2006) *Concepto, perspectivas y medidas del crecimiento empresarial*. Recuperado de http://cuadernosadministracion.javeriana.edu.co/pdf/7_31_concepto_%20perspectivaas_medida_crecimiento_empresarial.pdf,consulta 29/08/2014
- Terán, M. (2015). *Crecimiento empresarial mediante el mejoramiento del control de actividades operativas en el sector informal de Guayaquil de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Guayaquil – Ecuador*. (Tesis de maestría en Finanzas y Proyectos Corporativos). Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/8554>
- Vílchez, K. (2015). *Propuesta de un modelo de éxito de planeamiento estratégico basado en la consolidación de las mejores prácticas de ingeniería industrial de las medianas empresas del sector textil en el rubro confecciones de Lima*. (Tesis de licenciatura). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima. Recuperado de: repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/592735/1/VILCHEZ_RK.pdf
- Wheelen, T. y Hunger, J. (2007). *Administración estratégica y política de negocios* (10 ed.). (M. Á. Sánchez, Trad.) México: Pearson Educación.

ANEXOS

ANEXO I: CUESTIONARIO SOBRE FACTORES DEL CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Estimado empresario, a continuación encontrará algunas preguntas relacionadas con el crecimiento de sus Mypes, a fin de conocer cuáles son los factores que limitan el crecimiento empresarial.

Sírvase a responder las siguientes interrogantes marcando con un aspa (x):

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

N°	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1	En su empresa planifica metas para la toma de decisiones que ayuden al cumplimiento de sus actividades programadas.					
2	En su empresa se preocupan por tener buena comunicación interna.					
3	Toman acciones de coordinación entre microempresarios para realizar actividades en conjunto.					
4	Considera acciones de supervisión y control para verificar si se cumplieron las actividades programadas.					
5	Cuenta con medios que le permiten distribuir su mercancía dentro del mercado.					
6	Se preocupa por tener una cartera de clientes fijos que adquieren contratos de mercancía.					
7	Los préstamos que realiza los hace a través de bancos o financieras					
8	Los préstamos que realiza lo hacen con terceras personas o prestamistas.					
9	La ubicación del centro comercial don Carlos le permite crecer como empresario.					
10	Los equipos con los que cuenta le permiten realizar una mayor cantidad de trabajo.					
11	Los equipos con los que cuenta le permiten realizar trabajos de mejor calidad.					
12	Los equipos con los que cuenta le permiten realizar trabajos en menor tiempo.					
13	Los trabajadores que laboran en su negocio están capacitados en la confección de prendas de vestir.					
14	Los trabajadores que contrata poseen experiencia.					
15	Los trabajadores son comprometidos con su trabajo y no suelen ausentarse de sus labores.					
16	El nivel de remuneración de los empleados es el adecuado					
17	El nivel de la demanda en el sector textil contribuye al crecimiento de su empresa.					
18	Existe buena aceptación de su mercadería por parte de las personas que demandan el producto					
19	Considera que las empresas adquieren la mercadería por su calidad					
20	Las regulaciones y supervisiones efectuadas por las entidades encargadas, ayudan a su crecimiento como empresa.					
21	Invierte en publicidad y promociones de su empresa.					

Confiabilidad del Instrumento

Requiere de una sola aplicación del instrumento y se basa en la medición de la respuesta del sujeto con respecto a los ítems del instrumento.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cron Bach	N de elementos
,706	21

CONSTANCIA DE RECOLECCION DE DATOS

EL QUE SUSCRIBE:

JUNTA DIRECTIVA DEL CENTRO COMERCIAL DON CARLOS TRUJILLO

HACE CONSTAR:

Que: la Srta. **Nancy Katia Mercedes Núñez Malca** identificada con **DNI N° 45240742**, estudiante del X ciclo de la escuela de Administración de la Universidad Cesar Vallejo, ha recolectado datos correspondientes al desarrollo de su trabajo de investigación en el Centro Comercial Don Carlos ubicado en la calle Sinchi Roca N° 1001, en la ciudad de Trujillo.

Se expide el presente documento, a petición de la interesada.



Trujillo, 31 de octubre del 2017.

ANEXO II

Cuestionario de Factores del crecimiento Empresarial

Ficha Técnica

Autor: Nancy Katia Mercedes Núñez Malca

Procedencia: Universidad César Vallejo

País: Perú

Año: 2017

Versión: Original en idioma Español

Administración: Individual

Duración: 10 minutos (aproximadamente)

Objetivo: Determinar los factores que limitan el crecimiento empresarial

Dimensiones: contiene

- Factores internos
- Factores externos

ANEXO III

Matriz de Consistencia Lógica

Titulo	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Factores que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del Centro Comercial Don Carlos del Distrito Trujillo – 2017	¿Qué factores limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Don Carlos de Trujillo, 2017?	<p>Objetivo general Determinar los factores que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Don Carlos del distrito Trujillo2017</p>	<p>Hi: Los factores internos y externos limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del Centro Comercial Don Carlos del Distrito Trujillo – 2017</p>	Factores del crecimiento empresarial	<p>El proceso de adaptación a los cambios exigidos por el entorno o promovidos por el espíritu emprendedor del directivo, según el cual, la empresa se ve compelida a desarrollar o ampliar su capacidad productiva mediante el ajuste o adquisición de nuevos recursos realizando para ello cambios organizacionales que soporten las modificaciones realizadas; todo lo cual debe venir avalado por la capacidad financiera de la empresa que permita, a través de un proceso, una adaptación en el tiempo.</p> <p>(Blázquez, Dorta y Verona (2006; p. 187)</p>	<p>Para la medición de los factores del crecimiento empresarial se consideró el instrumento elaborado por Aguilera y Virgen (2014), basándose en el modelo de David (1997), considerando a los factores externos e internos.</p>	Factores Internos	Capacidades directivas	<p>Capacidades competitivas</p> <p>Capacidades financieras</p> <p>Capacidades técnicas</p> <p>Capacidades de talento humano</p>	Ordinal
		<p>Objetivos específicos O₁: Identificar los factores internos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Don Carlos del distrito Trujillo 2017.</p>						<p>Fuerzas económicas</p>		
		<p>O₂: Identificar los factores externos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Don Carlos del distrito Trujillo 2017.</p>						<p>Fuerzas sociales, culturales, demográficas y ambientales</p>		
		<p>O₃: Desarrollar una propuesta para el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Don Carlos del distrito Trujillo 2017</p>					Factores Externos	<p>Fuerzas políticas, gubernamentales y legales</p> <p>Fuerzas tecnológicas</p>		

ANEXO IV

BASE DE DATOS

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
1	5	5	2	4	2	4	2	2	4	4	5	5	3	3	4	4	5	5	5	4	1
2	5	5	1	4	2	4	1	1	4	4	4	2	2	3	2	2	4	4	5	4	1
3	3	4	1	1	1	4	1	1	3	4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	1
4	4	4	1	4	1	4	1	3	3	3	3	2	3	4	3	4	2	4	2	4	2
5	4	2	1	3	1	4	1	1	4	2	2	2	2	2	3	2	4	2	4	4	1
6	3	3	2	4	1	4	3	1	4	4	4	2	3	2	3	2	4	3	4	4	1
7	4	3	4	1	1	3	3	2	2	4	2	2	1	1	3	4	4	4	5	4	3
8	3	4	1	3	1	4	3	4	4	4	3	2	2	2	3	2	3	4	3	2	1
9	3	4	3	2	2	4	4	1	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	1
10	3	4	1	4	1	4	2	4	2	4	4	3	2	2	3	2	2	4	5	2	1
11	4	5	2	3	1	4	3	4	2	4	4	3	2	1	3	2	4	5	4	2	1
12	2	3	1	3	1	4	2	1	3	3	3	3	2	1	3	4	4	5	5	1	1
13	3	4	2	3	1	4	3	2	3	4	4	3	2	2	4	2	5	4	4	2	2
14	3	4	1	3	1	4	2	1	3	4	4	3	2	2	3	2	4	4	5	2	1
15	4	4	2	3	2	4	3	1	3	3	3	3	2	2	2	3	4	4	5	2	2
16	3	4	3	3	1	4	3	2	3	4	4	3	2	2	3	3	4	4	5	2	3
17	4	4	2	3	1	4	4	2	5	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	2	3
18	4	5	2	3	1	4	3	1	4	4	4	3	2	2	4	2	4	4	5	2	3
19	4	3	1	3	1	4	3	1	4	3	4	3	3	2	4	2	4	4	5	1	3
20	4	4	2	3	2	4	2	3	4	3	4	3	2	2	4	3	5	4	4	1	2

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
21	4	4	2	3	1	4	3	1	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4	5	1	2
22	3	4	2	3	1	4	2	4	3	3	4	3	4	2	4	2	4	4	5	2	4
23	5	5	1	4	2	4	1	1	4	4	4	2	2	3	2	2	4	4	5	4	1
24	3	4	1	1	1	4	1	1	3	4	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	1
25	4	2	1	3	1	4	1	1	4	2	2	2	2	2	3	2	4	2	4	4	1
26	3	3	2	4	1	4	3	1	4	4	4	2	3	2	3	2	4	3	4	4	1
27	4	2	1	3	2	4	1	1	4	3	3	2	2	2	3	2	4	2	4	4	1
28	4	4	1	1	2	4	1	2	3	4	4	2	2	3	2	2	4	4	4	5	1
29	5	4	1	4	2	4	1	2	4	4	4	2	2	4	2	2	4	4	5	5	1
30	3	4	1	3	1	4	3	4	4	4	3	2	2	2	3	2	3	4	3	2	1
31	3	4	1	4	1	4	2	4	2	4	4	3	2	2	3	2	2	4	5	2	1
32	4	5	2	3	1	4	3	4	2	4	4	3	2	1	3	2	4	5	4	2	1
33	3	4	1	4	1	4	2	5	2	4	4	3	2	2	3	2	2	5	5	2	1
34	3	4	3	2	1	4	4	1	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	1
35	3	4	2	3	1	4	3	2	3	4	4	3	2	2	3	2	5	4	4	2	2
36	4	5	2	3	2	4	3	1	3	3	4	3	2	2	2	3	4	4	5	2	2
37	4	4	2	3	1	4	3	2	5	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	2	3
38	4	3	1	3	1	4	3	1	4	3	4	3	3	2	4	2	4	4	5	1	3
39	4	5	2	3	1	4	3	1	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4	5	1	2
40	3	4	2	3	1	4	3	2	3	4	4	3	2	2	3	2	5	4	4	2	2
41	3	4	1	4	1	4	2	4	2	4	4	3	2	2	3	2	2	4	5	2	1

ANEXO V

Evidencias de la ejecución de la encuesta de investigación

