



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Factores que intervienen en el Crecimiento Empresarial de las MYPES en

el distrito de Huanchaco año 2017

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA

Arzola Ybañez, Juanita Rosita

ASESORA METODÓLOGA

Dra. Espinoza Rodríguez, Olenka Ana Catherine

ASESOR ESPECIALISTA

Mg. Adrianzén Jiménez, Alex Edmundo

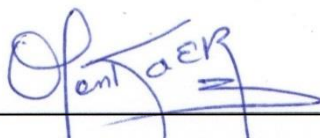
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Planificación

TRUJILLO – PERÚ

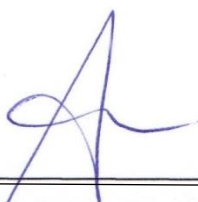
2017

Página del Jurado



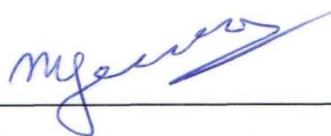
Dra. Espinoza Rodríguez, Olenka Ana Catherine

Presidenta



Mg. Adrianzén Jiménez, Alex Edmundo

Secretario



Mg. Pinglo Bazán, Miguel

Vocal

Dedicatoria

A mi padre Abilio Nicolás Arzola Otiniano,
mi ángel guardián quien con su amor
lleno mi vida de felicidad y me enseñó
que el amor no es un sueño,
sino una dulce realidad.

A mi madre María Ybañez Contreras,
por su ejemplo de persona íntegra y
por enseñarme que la humildad,
paciencia y perseverancia tienen un
efecto mágico en nuestras vidas.

A mis hermanos Víctor, Bertha y Yuli
por ser mi fortaleza en cada instante
de mi vida y por haberme brindado ese
apoyo incondicional.

Agradecimiento

A Dios por ser mi guía y compañía constante, por brindarme salud y Sabiduría.

A mi querida madre por ser mi sostén durante toda mi vida, por creer en mí y darme todo su apoyo incondicional.

A mis asesores de tesis
Dra. Espinoza Rodríguez, Olenka Ana Catherine y Mg. Adrianzen Jiménez, Alex Edmundo, por sus consejos, tiempo y apoyo que me ayudaron en realizar esta investigación.

Declaratoria de Autenticidad

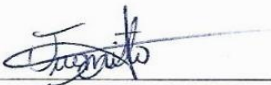
Yo, Juanita Rosita Arzola Ybañez con DNI N° 70012694 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Así mismo autorizó a la Universidad César Vallejo publicar la presente investigación si así lo cree conveniente.

Trujillo, diciembre 2017



Juanita Rosita Arzola Ybañez

DNI. 70012694

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Factores que intervienen en el Crecimiento Empresarial de las MYPES en el Distrito de Huanchaco año 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
Declaratoria de Autenticidad	v
Presentación	vi
Índice.....	vii
Resumen.....	ix
Abstract.....	x
I. Introducción	12
1.1. Realidad problemática.....	12
1.2. Trabajos previos.....	16
1.3. Teorías relacionadas al tema	20
1.4. Formulación del problema.....	31
1.5. Justificación del estudio	31
1.6. Hipótesis	31
1.7. Objetivos	32
II. Método.....	34
2.1. Diseño de la Investigación.....	34
2.2 Variables, Operacionalización.....	34
2.2. Operacionalización de Variables.....	35
2.3. Población y Muestra.....	36
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	36
2.5. Métodos de análisis de datos.....	37
III. Resultados	39
Objetivo específico 1:	39
Objetivo específico 2	42
Objetivo específico 3	45
Objetivo específico 4	47
Crecimiento Empresarial	49
Comprobación de hipótesis.....	52
IV. Discusión	55
V. Conclusiones	60

VI. Recomendaciones.....	62
VII. Propuesta	64
VIII. Referencias	69
ANEXO N° 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	75
ANEXO N° 2 Encuesta.....	76
ANEXO N° 3 Constancia de Validación	79
ANEXO N°4 Ficha Técnica	82
ANEXO N°5 Base de Datos	83

Resumen

La presente investigación tiene como propósito determinar los factores que intervienen en el crecimiento empresarial de las MYPES en el Distrito de Huanchaco año 2017.

El tipo de investigación es descriptivo con diseño de investigación no experimental de corte transversal, lo cual se propusieron cuatro factores, donde la muestra estuvo conformada por 245 empresarios formales del distrito de Huanchaco.

Se aplicó el instrumento del cuestionario con 13 ítems, donde los resultados fueron representados por gráficos y tablas, por ende se obtuvo que de los cuatro factores propuestos, tres de ellos que son: Gestión del Conocimiento, Financiamiento Externo y Motivación del Propietario intervienen de manera negativa ya que según las preguntas realizadas por cada factor da resultados negativos donde más del 50% de los empresarios del Distrito de Huanchaco están en un crecimiento empresarial bajo o igual donde se encuentran estancados con los resultados que obtienen , por otro lado el factor Tamaño del Negocio interviene de manera positiva ya que más del 50% de los empresarios del distrito de Huanchaco aseguran que al obtener maquinaria propia o título de propiedad los ha ayudado a crecer , ya que con el dinero que no gastan en alquiler lo utilizan con otros fines necesarios .

Palabras clave: crecimiento empresarial, MYPES.

Abstract

The present research aims to determine the factors involved in the business growth of the MYPES in the district of Huanchaco in 2017.

The type of research is descriptive with non-experimental cross-sectional research design, which was proposed four factors, where the sample was made up of 245 formal microentrepreneurs from the Huanchaco district.

The questionnaire instrument was applied with 13 items, where the results were represented by graphs and tables, so it was obtained that of the four factors proposed, three of which are: Knowledge Management, External Financing and Owner Motivation intervene in a way negative because according to the questions asked by each factor gives negative results where more than 50% of the microentrepreneurs of the district of Huanchaco are in a low or equal business growth where they are stuck with the results that they obtain, on the other hand the factor Size of the Business intervenes in a positive way since more than 50% of the microentrepreneurs of the district of Huanchaco assure that when obtaining own machinery or title of property helped them to grow, since with the money that they do not spend in rent they use it with other necessary ends.

Key words: business growth, MYPE.

I. INTRODUCCIÓN

I. Introducción

1.1. Realidad problemática

El crecimiento empresarial si bien es cierto es la fase de la adecuación en diversos hechos otorgados por el ambiente o fomentado por él directivo, por ende para poder alcanzar un buen crecimiento es aumentar los ingresos y esparcir la intervención de la empresa sin que el margen de ganancias y rentabilidad se vean perjudicados. (Blázquez, Dorta y Verona, 2006, p.4)

Según: La Gerencia Regional de Salud La Libertad (2017) señala que en el distrito de Huanchaco actualmente cuenta con una población de 53 731 habitantes, ya que para el año 2007 eran de 44 806 habitantes, por ende, la población ha aumentado durante estos 10 años.

Según La Municipalidad Distrital de Huanchaco-MDH (2017), del área de Licencias y Funcionamientos señala que:

Para el año 2007 habían 210 MYPES, lo cual actualmente hay 245 MYPES, por ende no hay una gran diferencia de crecimiento, el crecimiento empresarial en las MYPES se encuentra detenido o en un avance lento, donde existen diferentes factores que intervienen en dicho crecimiento empresarial, donde si bien es cierto la población si ha aumentado regularmente, pero el crecimiento de las MYPES no tiene una gran diferencia.

Ya que si bien se sabe el distrito de Huanchaco, es un lugar muy concurrido por los turistas, por ende con mayor razón el crecimiento de las MYPES debe ser alto, pero la realidad es otra ya que el crecimiento empresarial de las MYPES en el distrito de Huanchaco, es lento, bajo crecimiento empresarial, entonces con dicha investigación se quiere identificar, que factores detienen el crecimiento empresarial.

Según la SUNAT señala que:

La micro y pequeña empresa (MYPES) en el Perú tienen importantes alcances económicos y sociales para el proceso de desarrollo nacional. En efecto, generan más empleo al 80% de la población, representan aproximadamente el 45% del PBI,

proporcionan abundantes puestos de trabajo, donde es la principal fuente de desarrollo del sector privado. Es por eso que al ser una pieza clave para nuestro país, sé que quiere determinar cuáles son esos factores que intervienen para que el crecimiento no sea al 100% eficaz.

Según Yanina Cáceres (2017) en una entrevista con el diario Gestión, señala que: “Más de 1.8 millones de microempresas tiene deudas en el sistema financiero, lo cual, indico que en febrero del 2017, más de 1.8 millones de microempresas acumulan un saldo deudor de S/ 10,616 millones; lo que arroja como promedio de deuda S/ 5,590”.

El buen manejo del crédito evitar el endeudamiento, por ende crea temor en algunos empresarios con alguna entidad financiera, y al no obtener dicho crédito, su crecimiento se encuentra detenido ya que no cuenta con el dinero suficiente para poder realizar algunas mejoras en el negocio, por otro lado existe falta de información en algunos microempresarios, ya que al obtener dicho crédito, no saben manejar el pago, es por eso que se endeudan, y al final cierran su negocio.

Según: RPP Noticias (2016) muestra en su artículo: Gobierno publicó nuevo Régimen Mypes tributario, que:

El Ejecutivo publicó el decreto legislativo N° 1269 que crea el Régimen Mype Tributario (RMT) del Impuesto a la Renta, que agrupa a los microempresarios que viven en el país, ya sea que sus ingresos reales no se eleven a las 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) donde no superen los S/ 6'715,000.

Este nuevo Régimen tiene como propósito que la micro y pequeñas empresas contribuya según a su capacidad. Con la disposición las Mype obtendrán un régimen tributario para que cancelen el Impuesto a la Renta que es el 10% de sus ganancias anuales, lo cual este régimen será más atractivo para futuros micro empresarios, ya que crecerá el nivel de competitividad de las MYPES. Lo cual en el distrito de Huanchaco es uno de los distritos más concurridos por los turistas, por ende al existir mayor demanda, se requerirán más servicios o productos, y al obtener este nuevo

régimen beneficiara a varios microempresarios, por ende al identificar a dichos factores que intervienen en el crecimiento empresarial, mejorara dicho crecimiento y a la vez mejorar con dicho beneficio.

Por otro lado, Según: RPP NOTICIAS (2015) en su artículo: Las MYPES podrán ser constituidas en 3 días con la nueva Ley Mype, donde:

Destacó que una de las ventajas de la nueva ley es que los empresarios del país se podrán crear en 72 horas por medio de la plataforma virtual del portal de servicios al ciudadano y empresas, accede a la formalización y constitución de empresas. Asimismo, los propietarios, trabajadores y familiares de las microempresas obtendrán al (SIS) familiar dando el 50% de la afiliación, y el Estado apoyará con la diferencia.

Siendo así un beneficio para todas las MYPES, el nivel de formalidad en nuestro país crecerá ya que se está brindando un gran beneficio a todos los empresarios de ser constituidos ante la ley y a la vez podrán obtener los derechos fundamentales que todo empresario o trabajador debe de adquirir. En el distrito de Huanchaco algunos empresarios, no se encuentran al tanto de dichos beneficios otorgados por el Estado, por ende su crecimiento se encuentra detenido, ya que no saben cómo poder mejorar, ni que beneficios se les son otorgados, y a la vez su entusiasmo de abrir otro pequeño negocio no se cumple, ya que no están al 100% informados de los beneficios que está brindando el estado.

Según: Román (2016) en una entrevista con el Diario Gestión en el artículo:

El 40% de mypes considera que su negocio crecería más de 50% con personal adecuado, donde: los empresarios de las mypes observa que no tiene un personal adecuado en su negocio. En el sondeo participaron más de 70 mypes a nivel nacional y también se conoció que el 47% no cuenta con el talento humano idóneo y solo el 53% de las mypes creen que cuentan con los colaboradores adecuados en los puestos clave de sus negocios. “Cuatro de cada diez mypes cree que podría crecer entre 25% y

50% al año si tuviera a las personas indicadas en las posiciones clave de su negocio.

Si bien es cierto, tener personal capacitado, ayuda en la mejora del negocio, y ayuda en el crecimiento de nuestro país, teniendo así personal capacitado y adecuado según al negocio, donde algunos microempresarios en nuestro país y con ayuda de otras entidades realizan charlas, capacitaciones a los trabajadores con el fin de obtener trabajadores competentes ante el mercado. Es por eso que en el distrito de Huanchaco, la Municipalidad Distrital de Huanchaco realiza capacitaciones para los micro empresarios, ya que su propósito es ayudar el crecimiento del negocio, por ende la gestión del conocimiento del personal y del microempresario es importante ya que sin ellos, el negocio no alcanzaría la meta propuesta y no mejoraría, ya que las MYPES necesitan más oportunidades en contar con el capital humano capaz, que impacte en el incremento de sus ingresos y asegure la sostenibilidad empresarial.

En el distrito de Huanchaco algunos empresarios no presentan una Gestión del conocimiento actual, ya que no asisten a capacitaciones o charlas donde les informen sobre el mercado, o como ser un buen trabajador o empresario, por otro lado la gran mayoría no utiliza créditos bancarios, por miedo a endeudarse y perder su negocio, ya que no se informan correctamente. La motivación de los propietarios no es del todo satisfecho por ellos , ya que la gran mayoría no ha cumplido con sus objetivos personales o no está de acuerdo con sus ganancias percibidas, ya que esos son algunos indicadores de motivación, que no permiten un buen crecimiento empresarial .Algunas Mypes tienen varios años en el mercado pero siguen estancadas, no obtienen resultados satisfactorios y con lo que respecta su tamaño, se siguen manteniendo en su lugar, no tienen otros pequeños negocios. La gran mayoría de MYPES percibe un ingreso económico medio, ya que no saben manejar su negocio correctamente.

La presente investigación por tanto tiene el propósito de identificar cuáles son los factores que intervienen en el crecimiento de los micro empresarios en el distrito de Huanchaco, ya sean favorables o desfavorables, para así poder dar recomendaciones a los empresarios, para que alcancen un

crecimiento empresarial exitoso, y puedan aumentar de tamaño y no solo tener negocios en Huanchaco, sino abarcar otros lugares a nivel nacional.

Después de haber dilucidado la realidad problemática se han formulado las siguientes preguntas de investigación:

¿Cómo interviene la Gestión del Conocimiento por medio de la Municipalidad a las MYPES en el distrito de Huanchaco?

¿Cómo interviene la Motivación de los empresarios en el crecimiento empresarial?

¿Cómo interviene el uso del Crédito Bancario de las MYPES para el crecimiento empresarial?

¿Cómo interviene el tamaño del negocio para el crecimiento empresarial?

1.2. Trabajos previos

Cruz (2014) en su tesis:

Factores Externos e Internos que influyen en el Desarrollo Empresarial de la empresa Cruz Quiroz Asesores & Corredores de Seguros SRL 2004” para conseguir su título de Licenciada en Administración en la Universidad Cesar Vallejo, Trujillo-Perú. Siendo una investigación No experimental y de Corte Transversal .Tuvo como finalidad determinar los factores externos e internos que influyen en el desarrollo empresarial y proponer un plan de mejora para la empresa , donde llegó a identificar los factores internos que afectan en el desarrollo empresarial que son: Falta de experiencia y de conocimiento en el mercado donde influye en el desarrollo, si no existe experiencia o conocimiento básico, el manejo del negocio tendrá caídas ya que será un factor que influya negativamente, debe estar actualizado y obtener un nivel de conocimiento adecuado o mínimo para afrontar los problemas que se dan , otros factores son diversificación y variedad de productos ofertados, ubicación estratégica y sucursal, prestigio y diferenciación, no cuenta con un sistema administrativo para un

control adecuado de información de los clientes y falta de coordinación entre las diferentes áreas.

Aráuz (2016) en su tesis

Incidencia del crédito en el Crecimiento Empresarial de los socios de Cooperativa de Ahorro y Crédito Moderna R.L del Municipio de La Trinidad en el Primer Período del 2015, para obtener el título de Licenciatura en Administración de Empresas, en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Nicaragua.

Con un tipo de investigación No experimental y Transversal, tiene como principal objetivo describir los procesos del otorgamiento de crédito de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Moderna R.L y de identificar los factores que determinan el crecimiento empresarial de los asociados y los que inciden en el crecimiento económico de la cooperativa y del grado de cumplimiento de los asociados con sus obligaciones crediticias, por lo cual al adquirir crédito se debe de cumplir con los pagos establecidos ya que si la persona no cumple y se endeuda no lograra un crecimiento empresarial alto o esperado , antes de adquirir crédito la persona debe de informarse y comprometerse con el crédito adquirido ya que el crédito puede ser beneficioso o no. Otro de los indicadores con los cuales se evidencia el crecimiento empresarial de los asociados son los niveles de venta alcanzados de lo cual se puede afirmar que únicamente el 49% de ellos han alcanzado aumentar sus niveles de venta en comparación con otros periodos donde no trabajaban con créditos, donde hay un alto grado de cumplimiento de los asociados con sus obligaciones crediticias, partiendo de que un 98% de ellos cumple con un plan de inversión y un 96 % cumple con sus pagos en la fecha correspondiente, tomando en cuenta que la mayoría de los asociados no han alcanzado los niveles de crecimiento deseados, por lo cual muchas veces se ven obligados a deshacerse de parte de sus activos para cancelar la deuda, esto significa que la mayoría de ellos tiene una gran responsabilidad

de pago tanto con la cooperativa como con la persona que sirve como fiador solidario tomando en cuenta que un 46% de los asociados trabajan únicamente con este tipo de garantía.

Gonzales (2013) en su tesis:

Gestión Empresarial y Competitividad en las MYPES del Sector Textil en el Marco de la Ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - Año 2013 para conseguir el Título Profesional de Contador Público en la Universidad San Martín de Porres, Lima-Perú. Con una investigación No experimental y Descriptivo. Tiene la finalidad de definir la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de los microempresarios del sector textil, donde la motivación es una herramienta para lograr las metas establecidas y sobresalir ante los demás, cuando no hay motivación no hay una razón para mejorar o cumplir lo propuesto. Por otro lado también es comprobar la incidencia en la organización empresarial en la asociatividad empresarial de las micros y pequeñas. Gran porcentaje de las empresas tienen un planeamiento empresarial deficiente, donde en el mercado laboral influye de manera negativa. Donde la gran mayoría de empresas no tiene una coordinación empresarial y no obtiene una adecuada política empresarial, donde no puede acceder a un financiamiento mediante las diferentes entidades financieras.

Mercado (2016) en la tesis:

La relación del Crecimiento Empresarial del Sector Comercial y el nivel de calidad de vida de los Trabajadores del sector Comercial, del distrito de Tacna año 2015 para conseguir el título profesional de Economista con mención en Micro finanzas en la Universidad Privada de Tacna, Tacna-Perú. Es una investigación transversal- no experimental, tiene como objetivo conocer los factores que determinan el crecimiento empresarial en el sector

comercial en el distrito de Tacna y saber el nivel de calidad de vida de los trabajadores del sector empresarial comercial en el distrito de Tacna. Ya que algunos de los principales indicadores que se han estudiado, se ha determinado que las ventas de las empresas y el uso de alto nivel tecnológico aportan a que el crecimiento empresarial sea constante, también poseer maquinaria o establecimientos propios ayuda en mejorar el crecimiento ya que el dinero ahorrado por alquiler será invertido en el negocio y en los trabajadores para brindarles un buen ambiente laboral.

Vera (2015) en su tesis:

La creación de la Ventanilla Única Empresarial fortalece el crecimiento micro empresarial de Tulcán”, para obtener el título de Administración de Empresas y Marketing en la Universidad Politécnica Estatal Del Carchi, Tulcán-Ecuador. Tiene como objetivo fundamentar teóricamente la creación de la Ventanilla Única Empresarial, como también el fortalecimiento microempresarial local, esto quiere decir ayudar al empresario a ampliar su conocimiento para que tenga mayor visión empresarial y pueda lograr así sus objetivos y superar obstáculos , ya que si el empresario no tiene el conocimiento suficiente no podrá competir en el mercado .A través de una investigación bibliográfica que permita contar con una base científica que aporte al tema, realizar una investigación diagnóstica por medio de una encuesta dirigida a los microempresarios y una observación a los técnicos y profesionales en VUE's existentes de Otavalo e Ibarra siempre estableciendo la relación de necesidad de creación de la Ventanilla Única Empresarial en la zona y de diseñar un estudio de factibilidad para la incorporación del proyecto en MIPRO por medio de la aplicación del formato de la SENPLADES que acelere la creación de la Ventanilla Única Empresarial .

Según datos obtenidos el nivel de educación que registran los microempresarios en su mayor parte es media o actualmente Bachillerato, tal es el caso, estos negocios no han podido surgir como grandes compañías, pues se necesita conocimiento profesional para manejar un ente económico. A los negocios se los ubica en gran parte en la parroquia Gonzáles Suárez de la ciudad, donde estos emprendedores llevan más de 6 años en el mercado y en muchos casos existen negocios con más de 20 años de funcionamiento y sobrevivieron a la crisis financiera que se manifestó en el 2008 en el Ecuador. Los empresarios tulcanes aún llevan el facilismo en la mente, donde no investigan por si mismos los beneficios que hoy en día el gobierno apunta para los microempresarios, permanecen ejerciendo su actividad empíricamente.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Crecimiento Empresarial

Blázquez, Dorta y Verona (2006) lo determinan como:

Es el desarrollo de la adecuación a los cambios otorgados en el ambiente y fomentado por el directivo, donde la empresa se ve compelida a perfeccionar o mejorar su capacidad productiva a través del ajuste o por la obtención de nuevos recursos, haciendo para ello la variación organizacional que sostengan el cambio realizado; donde debe estar garantizado por la capacidad financiera de la empresa que permita, mediante dicho proceso, alcanzar una competitividad duradera en el tiempo (p.4).

Por lo tanto el crecimiento empresarial es el proceso donde se adapta a diversos cambios ya sea por el entorno o fomentado por el directivo, ya que se ve obligada a mejorar su producto, para que así mejore en sus ventas y su crecimiento aumente.

Fernández, García y Ventura (1990) lo determinan como:

La conducta activa de la empresa lo cual calcula su aptitud para aumentar sus probabilidades comerciales, financieras y

técnicas en mercados con grado de agilidad tecnológica y con un alto dosis de inquietud, donde exige a las empresas que deseen conservar la afinidad competitiva con sus rivales directos, y a empatar, la generación de recursos para realizar sus estrategias de inversión en I+D, marketing y nuevos equipos productivos, asegurando la supervivencia. El crecimiento empresarial es el índice de comportamiento del negocio, que se adapta a los cambios del entorno, donde extiende su capacidad de producción, mediante nuevos recursos, donde genera cambios en el negocio, con el fin de mejorar y cumplir con las metas trazadas del negocio (p.3).

Se puede llegar a concluir que el crecimiento empresarial es la conducta del negocio, percibido por diferentes factores, ya que se adapta a los cambios del mercado, ya que gracias a ellos, su capacidad productiva aumenta, para satisfacer las necesidades de la demanda.

1.3.2. Factores del Crecimiento Empresarial:

Blázquez, Dorta y Verona (2006) señala que son:

Agentes o elementos que intervienen en el proceso de toda organización donde afectan de manera positiva o negativa según la circunstancias en la que se presenten, donde algunos factores que intervienen en el crecimiento empresarial son: Tamaño del Negocio, Motivación del Propietario, Gestión del Conocimiento y Financiamiento Externo, donde intervienen de manera o positiva en el crecimiento empresarial (p.4).

Revenga (2009) determina que: “El crecimiento empresarial tiene diversos factores que intervienen ya sea: Financiamiento Externo Gestión del Conocimiento, Motivación y Tamaño “(p.39).

Lezama y Pérez (2008) señala que: “Existen diversos factores que influyen en el crecimiento de una organización los cuales son Tamaño, Gestión del Conocimiento, Financiamiento Externo y Motivación” (p.25).

Dichos factores son algunos que intervienen en el crecimiento empresarial de cualquier negocio, ya sean de manera favorable o desfavorable, lo cual cada factor tiene distintas maneras de medición, por ende es primordial saber cuáles son para poder dar alternativas de solución.

1.3.3. MYPE:

SUNAT (2017) señala que “La Mype está constituida por una persona natural y tiene el objetivo de realizar diversas actividades, ya sea de transformación, de producción entre otros, siendo así, una fuente importante para nuestro país, que al aumentar las MYPES aumenta el nivel del empleo en el país”.

A partir de la definición de la SUNAT se concluye que la MYPE es la unidad económica constituida por una personal o jurídica, lo cual tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

1.3.4. Indicadores de los Factores del Crecimiento Empresarial

Blázquez, Dorta y Verona (2006) señala que son: “Nivel de Estudios, Participación en eventos, Capacitaciones de emprendimiento, Adquisición de crédito, Entidad Financiera, Monto solicitado, Metas propuestas, Activos propios, Clientes atendidos” (p.07).

Alboran (2012) determina que: “Son variables que intentan medir u objetivar en forma cuantitativa o cualitativa, sucesos colectivos para así, poder respaldar acciones y entre los atributos de un buen indicador están la disponibilidad, especificidad, confiabilidad, sensibilidad y alcance”

Donde dichos indicadores medirán los factores del Crecimiento Empresarial, para así poder identificar qué factores son los que intervienen y brindar estrategias o soluciones a todos los microempresarios.

1.3.5. Factor Gestión Del Conocimiento

Bañegil (2015) señala que:

Es la actividad que planea, organiza y verifica el flujo del conocimiento. Es el procedimiento en el que se obtiene, produce, reserva, colabora y usa el conocimiento, la información, ideas y experiencias con el fin de mejorar en el cumplimiento y desarrollo de la misión de la organización (p.57).

Se concluye que la Gestión del Conocimiento es el proceso en el que la persona obtiene información para así ampliar su conocimiento y esté al tanto de lo que sucede en el mercado.

Sveiby (2005) determina que:

La Gestión del Conocimiento se centra en realizar el conocimiento individual en conocimiento organizacional para aplicar en los procesos sistemáticos y tecnologías para reconocer, capturar, dirigir y esparcir el conocimiento requerido para apoyar a la resolución de problemas decisivos, afirmando que los decisores tengan acceso al conocimiento requerido, en un formato que cree sentido a ellos

Lo cual se llega a concluir que La Gestión del Conocimiento se aplica en las organizaciones, donde hace referencia a la transmisión del conocimiento y de la experiencia existente entre sus miembros. Ya que al mejorar la Gestión del Conocimiento en los trabajadores y jefes, mejora el negocio, donde se llegaría a cumplir los objetivos propuestos para el negocio.

1.3.5.1. Nivel de Estudios

UNESCO (2006) señala que:

El nivel de estudios está relacionado con la gradación de las experiencias de aprendizaje y con las competencias que el contenido de un programa educativo exige de los participantes para que éstos puedan adquirir los conocimientos, destrezas y capacidades que el programa se propone impartir. Lo cual se

clasifican en : primaria , secundaria , preparatoria , universitario , doctorado , donde el nivel de estudios influye en la mejora de la persona ya que si , emprende un negocio y no tiene un nivel de estudios eficiente , se verán perjudicados , ya que no tiene un nivel de conocimiento amplio donde sepa mejorar su negocio y cumpla con los objetivos trazados (p.15).

Se llega a concluir que el Nivel de Estudios, son etapas de aprendizaje y competencias que la persona pasa según su trayecto de vida, lo cual el Nivel de Estudios ayuda a la persona a que desarrolle capacidades y amplíe sus conocimientos para que así logre diversas cosas propuestas y siendo aún negociante ayudara a mejorar su negocio, ya que al saber cómo manejar su negocio su crecimiento empresarial mejorara y lograra sus objetivos propuestos.

1.2.5.2. Participación de Eventos de Mejora Empresarial:

Di Génova (2012) señala que:

Participar en un evento es una excelente oportunidad para tomar contacto directo y personalizado con una parte de nuestra audiencia objetivo, para afianzar lazos y vínculos y para transmitir determinados conceptos y valores como ser cordialidad, calidez en el trato, interés por nuestros clientes, organización y profesionalismos, y también de cómo saber manejar un negocio propio, ampliando así los conocimientos de los empresarios y saber cómo llevar o mejorar el negocio.

A través de un evento se puede conseguir llamar la atención, despertar interés y movilizar a toda o a una parte de nuestro público dirigido sobre novedades de negocios, productos o servicios, sobre una innovación o mejora en los procesos de fabricación, distribución, comercialización etc., sobre la mejora empresarial y el emprendimiento (p.36).

Se concluye que la Participación de Eventos de Mejora ayuda a la persona a mejorar y ampliar sus conocimientos, para que tenga un buen nivel de conocimientos y a la vez mejore sus relaciones interpersonales

y aprende de otras personas de cómo saber llevar y mejorar un negocio, ya que para mejorar el crecimiento empresarial se necesita tener un nivel de conocimiento alto para que se sepa llevar el negocio y tenga alternativas de solución rápidas.

1.3.5.3. Capacitaciones de Emprendimiento

Blake (1999) señala que:

Es el curso constante de enseñanza, donde se desarrolla capacidades de los servidores, lo cual les ayuda a tener un nivel de desempeño bueno en sus diferentes laborales. De acuerdo a un programa permanente, aprobado, por ende la capacitación de emprendimiento es enseñar, instruir al empresario, en mejorar, y de saber manejar su negocio y de ampliar sus conocimientos, para que así su crecimiento empresarial, mejore, ya que al no asistir a capacitaciones, juega en contra del empresario, ya que no estará actualizado de lo que sucede en el mercado, sin saber las necesidades actuales de la demanda.

Según la definición de Blake se concluye que asistir a capacitaciones de emprendimiento ayuda y enseña a las personas a tener un buen desempeño laboral, para que tenga un buen control de negocio y sepa manejarlo.

1.3.6. Factor Financiamiento Externo

Ricaldi (2013) señaló que:

Se genera cuando ya no se sigue laborando con recursos propios, se refiere cuando los fondos producidos por las operaciones normales y las aportaciones de los dueños de la empresa, son incapaces para hacer frente a desembolsos exigidos para conservar el curso normal de la empresa, lo cual es primordial recurrir a terceros: Préstamos bancarios, Factoraje Financiero, etc.

Por lo tanto el Financiamiento Externo es generado cuando la persona ya no tiene los recursos propios para que cumpla con sus necesidades por ende recurre a una entidad financiera para que le otorguen un crédito.

Jiménez de Escalón (2011) dijo que:

El Financiamiento Externo es dinero obtenido de fuentes ajenas a la empresa, lo cual tiene fuentes a largo plazo como: Emisión de acciones, emisión de bonos, préstamos a largo plazo, fuentes a corto plazo como: sobregiro bancario, préstamos bancario, crédito comercial, factoraje.

Se llega a concluir que El Financiamiento Externo se realiza cuando la persona no tiene los recursos propios que pueda abastecer sus necesidades, donde solicita préstamos a entidades financieras u otros, para que pueda facilitar a la persona de realizar sus objetivos o abastecer sus necesidades.

1.3.6.1. Adquisición de Crédito

Peña (2012) señala que:

La adquisición de crédito es donde una persona pide adquirir un crédito a una entidad donde le concede dicho crédito, comprometiéndose a devolver todo el dinero tomado, pagando además un interés por el uso de esa cantidad , por ende al adquirir el crédito , el empresario debe estar informado sobre las tasas de interés y las consecuencias que trae al no pagar dichas tasas , por otro lado al adquirir el crédito , ayudara al empresario a mejorar en su negocio , ya que tendrá el recurso necesario , para cumplir sus metas propuestas.

Se concluye que La Adquisición de Crédito es cuando la persona solicita un monto deseado a una entidad con el fin de satisfacer sus necesidades u objetivos, donde al adquirir dicho monto se establecen tasas de interés que la persona tiene que pagar según el acuerdo que tiene con la entidad .

1.3.6.2. Entidad Financiera

Sánchez (2009) señala que es el “Lugar donde la persona escoge para adquirir el crédito necesario según sus necesidades, analizando sus tasas de interés o averiguar qué beneficios le trae”.

Se puede que concluir según Sánchez que la Institución del Crédito hace referencia al lugar donde se adquiere el monto o el crédito deseado por la persona para que así satisfaga sus necesidades u objetivos deseados.

1.3.6.3. Monto solicitado

Merino (2011) señala que:

Es la cantidad de dinero solicitado por el empresario donde se compromete a devolver el capital prestado, en los plazos y condiciones pactadas de antemano. Las condiciones que habitualmente suelen pactarse y a las que por tanto, quedan vinculadas ambas partes, lo cual dicha cantidad depende del empresario según sus necesidades en el negocio, por ende dicha cantidad ayudara al empresario en la mejora de su negocio ya que su crecimiento mejorara.

Según la definición de Merino, se llega a la conclusión que el Monto Solicitado es la cantidad de dinero deseado por el propietario, lo cual llega a un acuerdo con la entidad financiera y se compromete a cumplir con el pago y las condiciones pactadas. Donde al adquirir el Monto deseado el empresario cumplirá y realizara sus objetivos trazados siendo así que su crecimiento empresarial mejorara ya que tendrá los recursos para que pueda mejorar.

1.3.7. Factor Motivación del Propietario

Sexton (1997) planteó que “La Motivación es el proceso de estimular a un individuo para que se realice una acción que satisfaga alguna de sus necesidades y alcance alguna meta deseada para el motivador” (p.18).

Se concluye donde según Sexton que La Motivación es la manera de estimular a las personas, para que realicen un buen trabajo y a la vez cumplan con las expectativas trazadas, si bien es cierto al existir una buena motivación ya sean por incentivos u otras maneras, la persona mejorara en todos los aspectos, si bien se ve que un negocio está bajando la motivación del propietario es baja por ende se debe buscar maneras de mejorar la motivación para que así el propietario tenga razones de superarse y mejorar su negocio.

1.3.7.1. Metas Propuestas

Celis (2016) señala que:

Son los deseos, fines, propósitos o experiencias que una persona desea para su vida. Donde organizará una serie de recursos y acciones para poder alcanzar el fin propuesto. Establecer metas personales es fundamental para el éxito de una persona ya que estos nos ayudan a ordenar nuestra vida, nos señalan el camino, nos sirven de guía, nos revelan prioridades, nos ayudan a programar nuestro inconsciente para poder alcanzarlos, y nos sirven como fuente de motivación.

Por tanto los Objetivos Personales son una fuente primordial de la motivación ya que gracias a ello, se puede lograr todo propuesto, ya que ayuda a mejorar a la persona y a su entorno.

1.3.7.2. Ganancias del Negocio

Hernández (2013) señala que:

La ganancia o beneficio si bien es cierto es la recompensa monetaria positiva que recibe un emprendedor o empresario por arriesgar su dinero, por su esfuerzo y dedicación, por la creatividad que desarrolla en su negocio, por destinar a trabajar su dinero y su esfuerzo , por ende forma parte de la motivación del propietario , si las ganancias son altas el empresario se sentirá satisfecho , por que estará cumpliendo con sus propuestas trazadas , y brindara una atención al cliente mejor , en cambio si las ganancias son bajas , el empresario se sentirá una parte desmotivado ya que no está logrando o cumpliendo con lo que se propuso.

Se llega a la conclusión que las Ganancias del Negocio es la recompensa que obtiene el propietario por poner en juego su negocio, esfuerzo y dedicación, ahora si las ganancias son altas el propietario tendrá una satisfacción alta y a la vez su crecimiento empresarial será bueno, pero si es lo contrario la satisfacción del propietario será insatisfecha ya que no está cumpliendo o logrando lo propuesto, donde al ganar, perderá.

1.3.7.2. Factor Tamaño del Negocio

Udima (2017) señala que “El tamaño o dimensión de la empresa quiere expresar el mayor o menor volumen de cada una de las magnitudes que sirven para explicar lo que es y lo que hace la unidad económica”.

Entonces el Tamaño del Negocio representa el mayor o menor volumen según las magnitudes que presenta el negocio, ya sea por el

nivel de ventas, el número de clientes atendidos, cantidad de producción, etc.

1.3.8.1. Activo Propio

Rojas (2011) señala que:

El activo propio son los bienes, derechos y otros recursos de los que dispone una empresa o persona, pudiendo ser: muebles, construcciones, equipos informáticos, maquinarias, local o establecimiento, derechos de cobro por servicios prestados o venta de bienes a clientes.

1.3.8.1.1. Título de Propiedad

Ubaldo & Jimenez (2009) señala que:

El Título de propiedad, también conocido como Escritura, es el documento legal que acredita la propiedad de un bien inmueble, como puede ser un lote, una vivienda, un local comercial, etc. Este documento ampara los derechos de propiedad que la Ley concede al dueño legal.

Se llega a la conclusión que el título de propiedad es el documento que abala a la persona ser el dueño del establecimiento lo cual puede realizar diferentes actividades en dicho establecimiento, y genera un ingreso al dueño sea el caso de alquiler.

1.3.8.1.2. Maquinaria Propia

López (2006) señala que:

Dentro de la maquinaria se incluyen todas aquellas máquinas, vehículos industriales y herramientas necesarias para la actividad cotidiana.

Por lo tanto maquinaria propia hace referencia a herramientas necesarias para la vida cotidiana o para otras circunstancias con diferentes necesidades

1.4. Formulación del problema

¿Cuáles son los factores que intervienen en el crecimiento empresarial de las MYPES en el distrito de Huanchaco año 2017?

1.5. Justificación del estudio

1.5.1. Conveniencia:

La presente investigación es importante porque permite identificar los factores que intervienen el crecimiento de todos los empresarios ya sea de manera positiva o negativa, el estudio le conviene a todos los empresarios ya que tendrán dar soluciones inmediatas ante algún problema que se les presente.

1.5.2. Relevancia Social:

Dicha investigación beneficia a los empresarios y futuros empresarios, porque les permite mejorar y llevar con éxito su negocio, por medio de la identificación de los factores se conoce qué puntos reforzar con la finalidad de ayudar a todas las MYPES en su crecimiento empresarial. Este estudio también puede ser externalizado y tomado como referencia para los diversos distritos ubicados en el departamento de La Libertad. Es de suma utilidad especialmente para aquellos empresarios con formación empírica ya que podrán identificar cuáles son sus puntos débiles para que coloquen un mayor énfasis sobre ellos.

1.5.3. Implicación Prácticas:

Ayudará a los empresarios para que tengan un panorama más amplio de las estrategias que deben tener para resolver estancamiento de sus negocios ya que al saber que factores son negativos o positivos sabrán cómo mejorar y como sobresalir ante algún problema.

1.6. Hipótesis

Hi: Los factores que intervienen en el crecimiento empresarial de las MYPES en el distrito de Huanchaco son: Gestión del Conocimiento,

Financiamiento Externo, Motivación del Propietario y Tamaño del Negocio.

1.7. Objetivos

1.7.1. General

Determinar los factores que intervienen en el crecimiento empresarial de las MYPES en el distrito de Huanchaco año 2017.

1.7.2. Específicos

O₁: Analizar la Gestión del Conocimiento adquirido por los empresarios del Distrito de Huanchaco.

O₂: Analizar el uso del Financiamiento Externo de las MYPES para el crecimiento empresarial.

O₃: Identificar la Motivación de los empresarios para el crecimiento empresarial de las MYPES.

O₄: Analizar el tamaño de las MYPES para el crecimiento empresarial.

O₅: Proponer estrategias para el crecimiento empresarial de las MYPES en el distrito de Huanchaco.

II. MÉTODO

II. Método

2.1. Diseño de la Investigación

No Experimental:

Tamayo (1999) señala que: “Si bien este tipo de investigación es adecuado para establecer posibles relaciones de causa-efecto viendo que ciertos hechos han ocurrido y buscando en el pasado los factores que los hayan podido ocasionar” (p.50).

Transversal

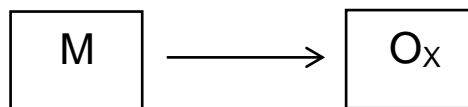
Hernández, et al. (2014) señalan que “Los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p. 154).

Es corte Transversal ya que se reunirá datos en un tiempo establecido donde se detallaron las variables y se examinó su incidencia.

Descriptivo

Tamayo (1999) señalan que: “Este tipo de investigación describe de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés” (p.44).

Esquema de diseño



Dónde:

M: Muestra del estudio

O_x: Variable Factores del crecimiento empresarial

2.2 Variables, Operacionalización

2.2.1. Variable: Factores del Crecimiento Empresarial

2.2. Operacionalización de Variables

Tabla

Operacionalización de Variables

Variables De Estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Escala De Medición
Factores Del Crecimiento Empresarial	Según Blázquez, Dorta y Verona (2006) lo definen como: Agentes o elementos que intervienen en el proceso de toda organización donde afectan de manera positiva o negativa según las circunstancias en la que se presenten.	Son aquellos componentes que coadyuvan al crecimiento de una organización. Estos pueden ser internos (Propios de la organización) y externos (del entorno de la organización) A través de opiniones de los empresarios de las micro empresas de Huanchaco, donde se aplicará un cuestionario dirigido a los empresarios.	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión del Conocimiento • Financiamiento Externo • Motivación del Propietario • Tamaño del Negocio 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de estudios - Participacion en eventos de mejora empresarial promovidos por la Municipalidad Distrital de Huanchaco. - Capacitaciones de emprendimiento asistidas en el ultimo año - Adquisición de crédito - Entidad Financiera - Monto solicitado - Metas propuestas - Ganancias del negocio - Activos Propios 	Nominal

Nota: Teoría basada de Blázquez, Dorta y Verona (2006) y Revenga (2009)

2.3. Población y Muestra

2.3.1. Población

Según la Municipalidad Distrital de Huanchaco, del área de Licencias y Funcionamiento hay 245 MYPES formales en el distrito de Huanchaco en el año 2017, funcionando formalmente y cumpliendo con los requisitos requeridos.

Por lo cual la población está conformada por 245 empresarios formales de las MYPES del distrito de Huanchaco.

2.3.2. Muestra

La muestra será igual que la población lo cual será de 245 empresarios en el distrito de Huanchaco.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnica e instrumento

Para el desarrollo de la investigación, la técnica que usará es la encuesta con su respectivo instrumento el cuestionario, lo cual será aplicado a todos los empresarios del distrito de Huanchaco, con el propósito de saber la intervención de cada factor en el crecimiento empresarial para identificarlos, y dar a conocer a los empresarios sobre dichos factores y aplicar estrategias.

La técnica encuesta con su instrumento el cuestionario, está conformado por 13 preguntas, donde están conformados de la siguiente manera:

A. Dimensión Gestión del Conocimiento

Está conformada por los ítems 1 ,2 y 3, donde el ítem 1 es múltiple, el ítem 2 es dicotómica, si la respuesta es sí continua con el ítem 3 que es abierta.

B. Dimensión Financiamiento Externo

Está conformada por los ítems 4, 5, y 6, donde el ítem 4 es dicotómica, si la respuesta es “Sí”, se continua con los ítems 5 y 6, pero si la respuesta es “No” ,pasar al ítem 7 , los ítems 5 y 6 son preguntas abiertas

C. Dimensión Motivación del Propietario

Está conformada por los ítem 7 y 8, donde el ítem 7 es dicotómico y el ítem 8 es pregunta abierta.

D. Dimensión Tamaño del Negocio

Está conformado por los ítems 9 y 10, donde ambos ítem son preguntas abiertas.

E. Crecimiento Empresarial

Está conformado por los ítems 11,12 y 13, donde los ítems 11 y 12 son múltiples, y el ítem 13 es pregunta abierta.

2.4.2. Validez del Instrumento

Se recurrió la técnica de validación de criterio de jueces, quienes dieron su apreciación respecto al instrumento e indicaron si es válido para el estudio. Se recurrió a tres jueces especialistas

2.5. Métodos de análisis de datos

2.5.1. Estadística descriptiva

Se aplicará la estadística descriptiva, por el cuestionario, con tablas y gráficos donde serán elaborados mediante el programa de Excel.

2.5.2. Aspectos éticos

La presente investigación tiene datos obtenidos por el área de Licencia y Funcionamiento de la Municipalidad Distrital de Huanchaco, con lo cual dichos datos serán reales y verídicos, por otro lado el cuestionario será aplicado a cada empresario donde será de manera libre, sin presión alguna lo cual se le comentara el propósito sobre esta investigación para que estén al tanto y mejoren como empresarios.

III. RESULTADOS

III. Resultados

Objetivo específico 1: Analizar la Gestión del Conocimiento adquirido por los empresarios del distrito de Huanchaco.

Tabla 3.1:

Nivel de estudios máximo por los empresarios

Nivel de Estudios	fi	%
Primaria	60	24%
Secundaria	69	28%
Técnico	25	10%
Universitario	17	7%
Sin nivel	74	30%
Total	245	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a 245 empresarios del distrito de Huanchaco

La tabla 3.1 señala que de los 245 empresarios encuestados del distrito de Huanchaco, 74 empresarios representados por el 30% no han obtenido ningún nivel de estudio , por otro lado 69 empresarios representado por el 28% si han obtenido el nivel de estudio secundaria , 60 empresarios representando por el 24% han obtenido el nivel de estudio primaria , donde 25 empresarios representado por el 10% han obtenido el nivel de estudio técnico, y por ultimo 17 empresarios representado por el 7% solo han obtenido el nivel de estudio universitario .

Tabla 3.2:

Participación de los empresarios en eventos de mejora empresarial promovidos por la Municipalidad Distrital de Huanchaco

Mejora Empresarial	fi	%
Si	65	27%
No	180	73%
Total	245	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a 245 empresarios del distrito de Huanchaco

La tabla 3.2 señala que de los 245 empresarios encuestados del distrito de Huanchaco, 180 empresarios no han participado en eventos de mejora empresarial debido a que no le han tomado el interés correspondiente ya que se sienten conformes con la información que han adquirido y también porque la Municipalidad distrital de Huanchaco no ha promovido debidamente dichos eventos ya que no todo el Distrito de Huanchaco ha estado informado sobre la participación de eventos de mejora empresarial , como el Centro Poblado del Milagro II y III, Cerrito de la Virgen , por otro lado 65 empresarios si han asistido a eventos de mejora empresarial porque les interesa en mejorar como empresarios y quieren estar actualizados, también porque Huanchaco es un distrito muy concurrido por turistas por ende quieren ofrecer un producto y servicio de calidad.

Tabla 3.3:

Capacitaciones en emprendimiento tomadas por los empresarios en el último año

Capacitaciones de emprendimiento	fi	%
0	180	73%
1	51	21%
2	14	6%
Total	245	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a 245 empresarios del distrito de Huanchaco

En la tabla 3.3 señala que de los 245 empresarios encuestados del distrito de Huanchaco, 180 empresarios no han asistido a ninguna capacitación en el último año debido a que la Municipalidad Distrital de Huanchaco no promueve al 100% las capacitaciones en el todo el distrito de Huanchaco, por otro lado es por falta de compromiso y de interés por parte de los empresarios ya que creen que es pérdida de tiempo o que dichas capacitaciones no los ayudara al 100%.

Objetivo específico 2: Analizar el uso del Financiamiento Externo de las MYPES para el crecimiento empresarial.

Tabla 3.4

Adquisición de crédito

Adquisición de crédito	fi	%
Si	145	59%
No	100	41%
Total	245	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a 245 empresarios del distrito de Huanchaco

En la tabla 3.4 señala que, de los 245 empresarios encuestados del distrito de Huanchaco, 145 empresarios si han adquirido algún crédito, básicamente con dos fines básicos, implementar y mejorar su negocio, pero más del 50% de empresarios se encuentran endeudados con alguna entidad financiera debido a que no se han informado al 100% y por falta de responsabilidad donde afectado el crecimiento empresarial donde se encuentran en un crecimiento lento o retenido. Por otro lado 100 empresarios no han adquirido algún crédito debido a que tienen temor a endeudarse con alguna entidad financiera y también porque los empresarios no se han informado al 100% sobre los beneficios y consecuencias al momento de adquirir el crédito.

Tabla 3.5*Entidad financiera donde obtuvo crédito el empresario*

Entidad financiera	fi	%
Banco de Crédito del Perú	40	16%
BBVA Continental	24	10%
Interbank	25	10%
Scotiabank	16	7%
Caja Trujillo	15	6%
Caja Sullana	10	4%
Prestamista	15	6%
No obtuvo crédito	100	41%
Total	245	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a 245 microempresarios del distrito de Huanchaco

En la tabla 3.5 señala que de los 245 empresarios encuestados del distrito de Huanchaco, 40 empresarios escogieron la entidad financiera Banco de Crédito debido a que los empresarios sienten mayor confianza con dicha entidad ya que es conocida a nivel nacional y a la vez su tasa de interés es menor a comparación de las otras entidades financiera según los empresarios, lo cual sienten que es beneficioso adquirir algún crédito en dicha entidad financiera.

Tabla 3.6*Monto solicitado en préstamo*

Monto solicitado	fi	%
S/ 1,000.00 - S/ 3,000.00	58	24%
S/ 3,000.00 - S/ 6,000.00	60	24%
S/ 6,000.00 - S/ 10,000.00	27	11%
No obtuvo crédito	100	41%
Total	245	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a 245 empresarios del distrito de Huanchaco

En la tabla 3.6 determina que, de los 245 empresarios encuestados del distrito de Huanchaco, 60 empresarios solicitaron un monto entre S/ 3,000.00 - S/ 6,000.00, ya que obtuvieron un presupuesto acorde a sus necesidades, lo cual llegaron a dicho monto, por otro lado 58 empresarios obtuvieron un monto entre S/ 1,000.00 - S/ 3,000.00 debido a que está en las posibilidades de los empresarios en poder pagar dicho monto.

Objetivo específico 3: Identificar la Motivación de los empresarios para el crecimiento empresarial de las MYPES.

Tabla 3.7

Cumplimiento de metas propuestas por los empresarios

Metas propuestas	fi	%
Si	116	47%
No	129	53%
Total	245	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a 245 empresarios del distrito de Huanchaco

En la tabla 3.7 señala que de los 245 empresarios encuestados del distrito de Huanchaco, 129 empresarios no cumplen con sus metas propuestas debido a que no se sienten motivados por diversas razones, como bajas ventas ,no tienen hijos, no reciben el apoyo esperado por parte de las autoridades, por otro lado 116 empresarios si han llegado a cumplir con sus metas propuestas ya que una parte tiene hijos por ende luchan en darle una educación de buen nivel y por otro lado desean mejorar como empresarios y aperturar otros negocios .

Tabla 3.8*Ganancias del negocio de los empresarios*

Ganancias del Negocio	fi	%
Si	115	47%
No	130	53%
Total	245	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a 245 empresarios del distrito de Huanchaco

En la tabla 3.8 señala que, de los 245 empresarios encuestados del distrito de Huanchaco, 130 empresarios no han obtenido ganancias en su negocio, debido a que el distrito se encuentra en mejora a causa del Fenómeno del Niño, así como el turismo ha disminuido. Otra razón importante se debe a que el consumidor no se encuentra satisfecho con la atención adquirida en cada uno de los locales estudiados. Por último, se debe mencionar distancia que le toma las personas ya sea habitantes o visitantes al lugar donde se encuentra cada uno de estos locales estudiados, por lo que deciden visitar locales más cercanos.

Objetivo específico 4: Analizar el tamaño de las MYPES para el crecimiento empresarial.

Tabla 3.9

Tenencia de título de propiedad del predio

Título de Propiedad	fi	%
Si	141	58%
No	104	42%
Total	245	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a 245 empresarios del distrito de Huanchaco

En la tabla 3.9 señala que de los 245 empresarios encuestados del distrito de Huanchaco, 141 empresarios si cuentan con título de propiedad lo cual si les ayudado en una parte en crecer como negocio ya que no tienen la preocupación de pagar algún alquiler y con el dinero que ahorran invierten en su negocio o en otras cosas, por otro lado 104 empresarios no cuentan con título de propiedad debido a que aún no cuentan con el dinero suficiente para adquirir un local propio.

Tabla 3.10*Tenencia de maquinaria propia*

Maquinaria Propia	fi	%
Si	164	67%
No	81	33%
Total	245	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a 245 empresarios del distrito de Huanchaco

La tabla 3.10 señala que de los 245 empresarios encuestados del distrito de Huanchaco, 164 empresarios si cuentan con Maquinaria propia ya que han venido ahorrando por un tiempo para adquirir dicha maquinaria y también han sido obsequiados por familiares, por otro lado 81 empresarios no cuentan con maquinaria propia ya que aún no tienen el dinero suficiente para poder adquirir la maquinaria deseada

Crecimiento Empresarial

Tabla 3.11

Percepción del crecimiento del negocio en los últimos dos años

Crecimiento del Negocio	fi	%
Mucho Mejor	30	12%
Mejor	81	33%
Igual	100	41%
Peor	34	14%
Total	245	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a 245 empresarios del distrito de Huanchaco

En la tabla 3.11 determina que de los 245 empresarios encuestados del distrito de Huanchaco, 100 empresarios considera que su crecimiento está igual, debido a que el incremento de sus ventas no aumentado como se lo esperaba, ya que al iniciar el año ocurrió el Fenómeno del Niño y la gran mayoría de negocios tuvo pérdidas de sus productos, por otro lado el nivel de competencia ha aumentado durante estos dos últimos años, como es el caso de la Bodega Maria, Bazar Tatiana, el restaurant El Norteño, Picantería Piurana, Paradise Restaurant, entre otros.

Tabla 3.12*Expectativa de crecimiento del negocio para el próximo año*

Estimación del Negocio	fi	%
Va a crecer	66	27%
Va a mantenerse igual	70	29%
Va a decrecer	12	5%
No sabe	97	40%
Total	245	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a 245 empresarios del distrito de Huanchaco

En la tabla 3.12 determina que de los 245 empresarios encuestados del distrito de Huanchaco, 97 empresarios no sabe cómo estará su negocio el próximo año, debido a que el nivel de competencia ha aumentado ,y por la falta de interés por parte de la Municipalidad en poder mejorar el distrito ya que esto ocasiona a que los turistas no concurren por dicho Distrito , por otro lado 70 empresarios creen que su negocio va a crecer debido a las nuevas elecciones municipales que se darán el próximo año ya que tienen la esperanza en recibir apoyo por parte de la Municipalidad.

Tabla 3.13*Razones que han hecho crecer el negocio*

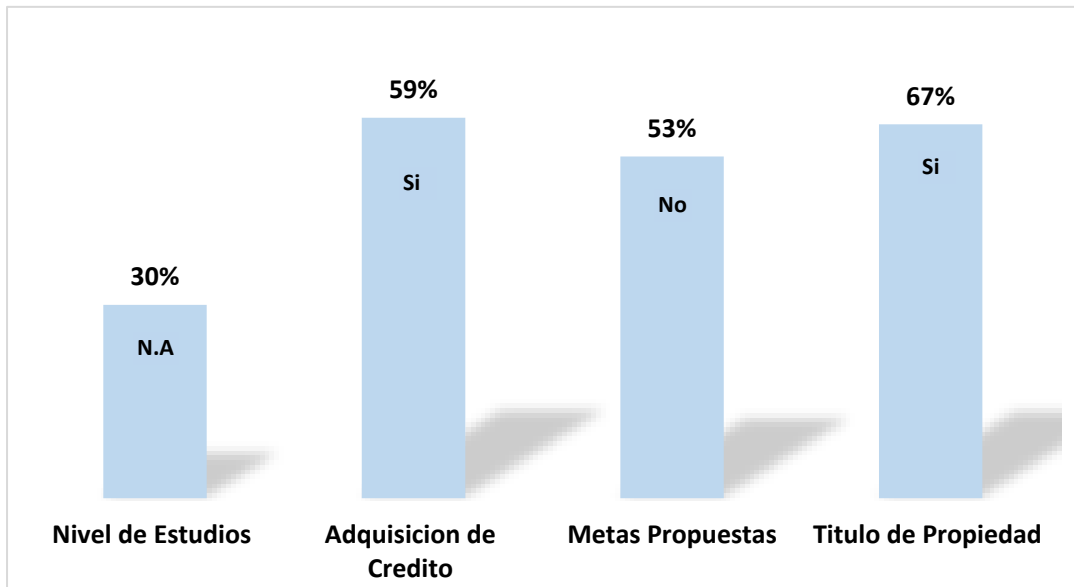
Razones	fi	%
<ul style="list-style-type: none">• Buena atención al cliente<ul style="list-style-type: none">• Lugar céntrico• Variedad de precios	120	49%
<ul style="list-style-type: none">• Variedad de productos• Diversas promociones para el cliente• Negocio reconocido a nivel distrital por su calidad en el producto	85	35%
<ul style="list-style-type: none">• Producto único• Buen trato al cliente• Precios cómodos	40	16%
Total	245	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta realizada a 245 empresarios del distrito de Huanchaco

La tabla 3.13 señala que de los 245 empresarios encuestados del distrito de Huanchaco, 120 empresarios dio estas 3 razones que han hecho crecer su negocio: Buena atención al cliente, lugar céntrico y variedad de precios, ya que dichas razones han ayudado a una parte de los empresarios a crecer como negocio y a mejorar, lo cual creen que son de gran importancia para crecer como negocio

Figura 3.12.

Comprobación de hipótesis



Los resultados que se obtuvo mediante la encuesta aplicada a 245 empresarios del distrito de Huanchaco, determina que la dimensión Gestión del Conocimiento tiene tres indicadores donde la tabla 3.1 señala que el 30% de empresarios no ha obtenido ningún nivel, en la tabla 3.2 señala que el 73% no ha participado en eventos de mejora empresarial y en la tabla 3.3 señala que el 73% de empresarios no ha asistido a capacitaciones de emprendimiento, donde el indicador más resaltante está en la tabla 3.1 que es nivel de estudios ya que al no contar con un nivel de estudios o conocimientos adecuados, no sabrán como afrontar un problema, como mejorar su negocio y mostraran desinterés como es el caso en la tabla 3.2 y 3.3 , lo cual dicha dimensión interviene de manera negativa, por otro lado la dimensión Financiamiento Externo interviene de manera negativa ya que presenta tres indicadores donde en la tabla 3.4 el 59% de empresarios si han adquirido algún crédito pero gran parte se encuentra endeudados con alguna entidad financiera, porque no han cumplido con los pagos establecidos por falta de responsabilidad e información, en la tabla 3.5 el 16% ha obtenido crédito en el BCP y en la tabla 3.6 el 24% ha

solicitado préstamo entre S/ 3,000.00 y S/ 6,000.00 debido a que está acorde a sus necesidades, lo cual el indicador más resaltante está en la tabla 3.4 ya que se encuentran endeudados lo que dan mayor prioridad en pagar ahora el préstamo y no en mejorar su crecimiento empresarial y en la dimensión Motivación del Propietario interviene de manera negativa ya que tiene 2 indicadores donde en la tabla 3.7 señala que el 53% de los empresarios no han cumplido con sus metas propuestas , ya que no tienen alguna razón que los motive, como las ventas bajas, no tienen hijos y la falta de apoyo por parte de la Municipalidad Distrital de Huanchaco y en la tabla 3.8 señala que el 47% de empresarios no está de acuerdo con sus ganancias del negocio por el aumento de la competencia y baja demanda , donde el indicador más resaltante está en la tabla 3.7 ya que se ha obtenido mayor porcentaje en falta de motivación y porque existen mayores razones para que el empresario presente un crecimiento bajo por otro lado la dimensión Tamaño del Negocio interviene de manera positiva ya que en la tabla 3.9 el 58% de los empresarios si cuenta con título de propiedad por ende no ha afectado su crecimiento empresarial sino ayudado ya que con ese dinero de alquiler se ha usado para otros fines importantes y en la tabla 3.10 el 67% si cuentan con maquinaria , por ende el indicador mas resaltante es en la tabla 3.10 donde se ha obtenido mayor porcentaje y que gran parte de empresarios ha sabido invertir su dinero en mejorar su negocio y en brindar mejor calidad a sus trabajadores.

IV. DISCUSIÓN

IV. Discusión

Con el transcurrir de los años en el distrito de Huanchaco el nivel turístico ha aumentado como también el nivel de población ya que durante estos 10 años cuenta con 53,731 habitantes, pero durante estos 10 años el aumento de MYPES es mínima, ya que ahora se cuenta con 245 MYPES , ante el problema que se presenta con el poco aumento de MYPES , se plantea la presente investigación con el propósito de identificar cuáles son los factores que intervienen de manera positiva o negativa en el crecimiento de las MYPES. Las limitaciones que se presentaron fueron en cuanto a la realización de la encuesta ya que los empresarios mostraban cierto desinterés y desconfianza al contribuir con las respuestas , sin embargo después de haber explicado detalladamente a los empresarios la importancia y los beneficios que obtendrían con dicha investigación, los empresarios cambiaron de actitud y estuvieron dispuestos a contribuir con las respuestas y contar algunas de sus buenas y malas experiencias obteniendo así datos veraces y confiables. .

Según los resultados obtenido para el factor “Gestión del Conocimiento” en la tabla 3.1 que del 100% de empresarios el 30% no ha obtenido ningún nivel de estudios, en la tabla 3.2 señalando que del 100% de empresarios el 73% no ha participado en ningún evento de mejora empresarial debido a que no le han tomado el interés correspondiente ya que se sienten conformes con la información que han adquirido hasta el momento y por otro lado la Municipalidad Distrital de Huanchaco no ha promovido debidamente dichos eventos, ya que no todo el distrito está informado sobre los eventos de mejora empresarial, y con la tabla 3.3 que del 100% de empresarios el 73% de empresarios no ha asistido a ninguna capacitación debido a que la Municipalidad Distrital de Huanchaco no promueve al 100% las capacitaciones en todo el distrito de Huanchaco y le suma la falta de interés y compromiso por parte de los empresarios.

Lo mencionado anteriormente se reafirma con lo manifestado por Cruz (2014) donde una de sus conclusiones es que llegó a identificar los factores internos que afectan en el desarrollo empresarial que son: Falta de experiencia y de conocimiento en el mercado donde influye en el desarrollo, ya que si no existe experiencia y conocimiento, el manejo del negocio tendrá caídas, se debe estar

actualizado y obtener un nivel de conocimiento adecuado para afrontar los problemas que se dan, por ende el resultado de la presente investigación reafirma la conclusión del autor ya que del 100% sobrepasan el 50% de empresarios donde su Gestión del Conocimiento es baja por ende interviene negativamente en el crecimiento empresarial .

Según los resultados obtenidos para el factor Financiamiento Externo donde en la tabla 3.4 señala que del 100% de empresarios el 59% de empresarios si ha obtenido algún crédito básicamente con dos fines básicos, de implementar y mejorar su negocios, y por otro lado para estudios de sus hijos, pero gran parte de empresarios se encuentra endeudado con alguna entidad financiera , debido a que no han estado informados y falta de responsabilidad , en la tabla 3.5 lado del 100% de empresarios el 16% obtuvo crédito en el BCP debido a que les transmite mayor confianza ya que es conocida a nivel nacional , en la tabla 3.6 otro lado del 100% de empresarios el 24% ha obtenido un monto entre S/ 3,000.00 - S/ 6,000.00 ya que obtuvieron un presupuesto acorde a sus necesidades .

Lo mencionado anteriormente se reafirma con lo manifestado por Arauz (2016) donde una de sus conclusiones es que al adquirir crédito se debe de cumplir con los pagos establecidos ya que si la persona no cumple y se endeuda no lograra un crecimiento empresarial alto o esperado , por ende el resultado de la presente investigación reafirma la conclusión del autor ya que antes de adquirir crédito la persona debe de informarse y comprometerse con el crédito adquirido ya que el crédito puede ser beneficioso o no , entonces dichos resultados demuestran que gran parte de empresarios si han obtenido crédito pero se encuentran endeudados por ende afecta su crecimiento empresarial .

Según los resultados obtenidos para el factor Motivación del Propietario donde en la tabla 3.7 señala que del 100% de empresarios el 53% no ha cumplido con sus metas propuestas debido a que no se sienten motivados por diversas razones, como bajas ventas, no tienen hijos, no reciben el apoyo esperado por parte de las autoridades. En la tabla 3.8 señala que del 100% de empresarios el 53% no está de acuerdo con las ganancias de su negocio debido a que el

Distrito se encuentra en mejora a causa del Fenómeno del Niño así como el turismo ha disminuido.

Lo mencionado anteriormente se reafirma con lo manifestado por Gonzales (2013) ya que una de sus conclusiones es definir la influencia de la gestión empresarial en la competitividad de los microempresarios del sector textil donde la motivación es una herramienta para lograr las metas propuestas y sobresalir ante los demás, por ende el resultado de la presente investigación reafirma la conclusión del autor ya que cuando no hay motivación no hay una razón para mejorar o cumplir lo propuesto. Donde se obtiene que más del 50% de empresarios no se encuentra motivado o su motivación es baja por ende afecta de manera negativa el crecimiento empresarial.

Según los resultados obtenidos para el factor Tamaño del negocio donde en la tabla 3.9 señala que del 100% de empresarios el 58% si cuenta con título de propiedad donde les ayudado en una parte en crecer como negocio ya que no tienen la preocupación de pagar algún alquiler y con el dinero que ahorran invierten en su negocio o en otras cosas, en la tabla 3.10 100% de empresarios el 67% de empresarios si cuenta con maquinaria propia. Lo mencionado anteriormente se reafirma con lo manifestado por Mercado (2016) , ya que una de sus conclusiones es que algunos de los principales indicadores que se han estudiado, se ha determinado que las ventas de las empresas y el uso de alto nivel tecnológico aportan a que el crecimiento empresarial sea constante, también poseer maquinaria o establecimiento propio ayuda en mejorar el crecimiento ya que el dinero ahorrado por alquiler será invertido en el negocio y en los trabajadores para brindarles un buen ambiente laboral, por ende el resultado de la presente investigación reafirma la conclusión del autor ya que dicho factor interviene positivamente en el crecimiento empresarial ya que más del 50% de los empresarios si cuentan con activos propios.

Según Blázquez, Dorta y Verona (2006) señala que “Algunos factores que intervienen en el crecimiento empresarial son: Tamaño del Negocio, Motivación del Propietario, Gestión del Conocimiento y Financiamiento Externo” (p.4), donde según los resultados obtenidos 3 de ellos intervienen de manera negativa donde en la tabla 3.1,3.2 y 3.3 hacen referencia al nivel de estudios,

en la tabla 3.4, 3.5 y 3.6 hacen referencia a adquisición de crédito , en la tabla 3.7 y 3.8 hacen referencia a metas propuestas, por otro lado en la tabla 3.9 y 3.10 hacen referencia a título de propiedad donde interviene de manera positiva en el crecimiento empresarial de las MYPES en el distrito de Huanchaco.

La presente investigación tiene como propósito no tan solo ayudar a los empresarios del distrito de Huanchaco, sino también a todos los empresarios de nuestro País, ya que se desea dar otra imagen, donde se refleje el mejoramiento y crecimiento de las MYPES, con el fin de ayudar también a la economía peruana, para poder destacar ante el resto de países.

V. CONCLUSIONES

V. Conclusiones

- 5.1. En el estudio se analizó la Gestión del Conocimiento donde el indicador más resaltante fue que el 30% de empresarios no cuenta con ningún nivel de estudios, lo cual perjudica el crecimiento empresarial ya que no cuentan con los conocimientos básicos para que puedan llevar en buen camino su negocio. (Tabla 3.1)
- 5.2. Se analizó el Financiamiento Externo donde el indicador más resaltante fue que el 59% de empresarios si ha adquirido crédito, pero más del 50% de empresarios se encuentra endeudado debido a que no se han informado al 100% y por falta de responsabilidad. (Tabla 3.4)
- 5.3. Se identificó la Motivación de los empresarios donde el indicador más resaltante fue que el 53% no ha cumplido con sus metas propuestas ya que no se sienten motivados por que no tienen hijos, bajas ventas en el negocio, no reciben el apoyo necesario por parte de la Municipalidad Distrital de Huanchaco. (Tabla 3.7)
- 5.4. Se analizó el Tamaño de las MYPES donde el indicador más resaltante fue que el 67% si cuentan con maquinaria propia, por ende con el dinero que sería para el alquiler, es usado para el mejoramiento de su negocio y para brindar un servicio de calidad al cliente. (Tabla 3.9)
- 5.5. Se analizó el crecimiento empresarial de las MYPES, lo cual se ha elaborado una propuesta (Parte VII) para ayudar en dicho crecimiento.
- 5.6. Los factores que intervienen de manera negativa en el crecimiento empresarial de las MYPES del distrito de Huanchaco son: Gestión del Conocimiento, Financiamiento Externo y Motivación del Propietario, y el factor que interviene de manera positiva es el Tamaño del Negocio

VI.RECOMENDACIONES

VI. Recomendaciones

- 6.1. Se recomienda a la Gerencia de Desarrollo Económico Local de la Municipalidad Distrital de Huanchaco en promover al 100% las capacitaciones y eventos de mejora en todo el distrito de Huanchaco, no tan solo mediante el auto de la Municipalidad de Huanchaco, sino también por afiches, carteles, volantes, entre otros.
- 6.2. Se recomienda al empresario informarse al 100% sobre las consecuencias, causas y beneficios del Financiamiento, y a la vez ver los resultados que se han obtenido y así puedan ver la realidad en la que se encuentran.
- 6.3. Se recomienda al Gerente Municipal de la Municipalidad Distrital de Huanchaco que se involucre al 100% para que los empresarios sientan el apoyo y poder mejorar su motivación y cumplan con sus metas.
- 6.4. Se recomienda a la Gerencia de Desarrollo Económico Local de la Municipalidad Distrital de Huanchaco brindar charlas a los empresarios para que amplíen su negocio y así aperturen otros negocios, y sepan invertir su dinero.
- 6.5. Se recomienda a futuros investigadores a realizar estudios de alcance correlacional donde se relacione la variable crecimiento empresarial y la competitividad, en microempresas en diversos distritos de la Región

VII.PROPUESTA

VII. Propuesta

La presente propuesta tiene como finalidad ayudar a los empresarios del distrito de Huanchaco en su crecimiento empresarial, ya que si bien se sabe en el año 2007 habían 210 MYPES donde actualmente contamos con 245 MYPES por ende se desea que el número de MYPES aumente y mejore ya que se propusieron 4 factores donde los cuales 3 de ellos intervienen negativamente y 1 positivamente , por ende con los resultados que se han obtenido se han planteado estrategias para ayudar al empresario del distrito de Huanchaco y a la vez se desea que dicha propuesta ayude a otros empresarios a nivel nacional . La propuesta está conformada en 3 partes que son:

1. Objetivos:

1.1. General:

- Fomentar el Crecimiento Empresarial de las MYPES en el distrito de Huanchaco.

1.2. Específicos:

- Sensibilizar a los empresarios del distrito de Huanchaco sobre la situación que presentan actualmente.
- Capacitar a los empresarios del distrito de Huanchaco para mejorar su Gestión del Conocimiento.
- Implementar el Parque del Artesano.
- Fomentar la Promoción de la Gastronomía
- Implementar programas educativos

2. Involucrados:

- Municipalidad Distrital de Huanchaco
- Empresarios del distrito de Huanchaco

3. Estrategias:

3.1 Sensibilización:

- Convocar a una charla informativa en la biblioteca de la Municipalidad Distrital de Huanchaco para concientizar a los empresarios y a la vez informarles sobre los resultados que se han obtenido en dicha investigación, para que tomen conciencia y sepan la situación actual en la que se encuentran, para que mejoren su crecimiento empresarial, ya que se identificó que factores intervienen de manera negativa y positiva para que así estén al tanto que factor ayudaría en su negocio y dar posibles soluciones a los factores que intervienen de manera negativa , ya que aún existe el conformismo y el desinterés por mejorar el crecimiento.

3.2 Capacitaciones, eventos, charlas :

- Para mejorar las capacitaciones y eventos se debería establecer un programa, donde primero se identifique el nivel de conocimientos de los empresarios para evitar la repetición de datos ya conocidos o suposición de conocimientos inexistentes ,para que luego se coordinen las herramientas necesarias que les hace falta a los empresarios para que así se desarrolle sus actividades , con el fin de lograr que los empresarios al termino de las capacitaciones y eventos sientas que la información que recibió si sea de ayuda para lograr sus propios objetivos .

- Brindar charlas sobre como ampliar el negocio con la finalidad de que el empresario pueda aperturar otros negocios y a la vez sepa en que invertir su dinero.

3.3 Parque del Artesano:

- Siendo así los artesanos forman gran parte de los empresarios del distrito de Huanchaco por ende se pretende ubicar a todos los artesanos del distrito de Huanchaco en el polideportivo , creando stands para cada uno con la ayuda de la Municipalidad Distrital de Huanchaco , con el fin de que los artesanos no estén dispersos o no tengan un lugar apropiado para que vendan , por otro lado no tan solo sería venta de artesanía sino también que produzcan su artesanía para que los turistas puedan apreciar el trabajo del artesano y su trabajo tenga mayor validez , de esta manera el crecimiento empresarial de los empresarios mejoraría.

3.4 Programas educativos:

- Aperturar cursos en la Demuna de Huanchaco para empresarios que no han logrado ningún nivel de estudios y explicarles la importancia de adquirir conocimientos acordes al mercado.
- Aperturar programas sobre Financiamiento, con el fin de informar a los a los empresarios sobre los beneficios y consecuencias que trae al adquirir algún crédito, y a la vez darle alternativas de mejorar el crecimiento del negocio sin hacer uso de algún crédito financiero.
- Implementar un plan de mejora sobre la motivación para los empresarios involucrando a la Municipalidad, para que los empresarios sientan y reciban el apoyo de la Municipalidad y a la vez realizar dinámicas donde el empresarios se sienta seguro de sí mismo y explicarles la importancia de cumplir las metas propuestas.

3.5 Promoción de la Gastronomía:

- La Gastronomía en el distrito de Huanchaco presenta mayor demanda lo cual gran parte de empresarios conforman restaurants, picanterías, menus , por ende se desea promover ferias gastronómicas no tan solo en días festivos sino también en temporadas altas como es la estación de Verano , donde se realizaran en el muelle , y serán invitados todos los empresarios que promuevan la gastronomía , donde existirán concursos y reglas a la vez , para promover una mejor imagen al cliente , y a la vez se vuelva un hábito en locales gastronómicos , por otro lado se desea dar oportunidad a nuevos empresarios que se están lanzando al mercado para que negocio sea conocido y sus platos sean degustados por los turistas y también ayudar a los negocios que están retroceso para que mejoren sus platos y presentaciones

VIII.REFERENCIAS

VIII. Referencias

- Aguilera, A. (2010). *Direccionamiento estrategico y crecimiento empresarial. Madrid.*
- Alboran, R. (2012). ¿Qué son los indicadores de los factores del crecimiento empresarial y para qué sirven? *Estrategias de Inversion*, pp.14-30.
- Arauz, K. (2016). *Incidencia del crédito en el crecimiento empresarial de los socios. Nicaragua.*
- Ayala Calvo, J. C. (2007). *Conocimiento,innovacion y emprendedores:camino al futuro.* Madrid: Universidad de la Rioja.
- Ayala, J. C. (2007). *Conocimiento,innovacion y emprendedores:Camino al futuro.* España: Universidad de la Rioja.
- Bañegil Palacios, T. (2015). La Gestión de las Empresas Familiares. El caso de Extremadura. En *Empresas Familiares* (pp.50-381). Academia Española.
- Bañegil Palacios, T. (2015). La Gestión de las Empresas Familiares. El caso de Extremadura. En *Empresas Familias* (. 57-381). Academia Española.
- Bañegil Palacios, T. M. (2004). *Gestio Polís.* Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-gestion-del-conocimiento/>
- Blake, O. (1997). *La capacitación un recurso dinamizador de los empresarios.* Argentina: Macchi.
- Blázquez, F., Dorta, J., & Verona, M. (2006). pp.18-31.
- Blázquez, F., Dorta, J., & Verona, M. (2006). Concepto,perspectivas y medida del crecimiento empresarial. *Cuadernos de Administracion*, pp.04-31. Obtenido de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/3977/3864>

Caceres, Y. (30 de Marzo de 2017). *Gestion. Sentinel: Más de 1.8 millones de microempresas tiene deudas en el sistema financiero*, pp.11-20.

Cardenas, P. (2006). *Diversidad de Maquinas*. España: Asambleap.

Celis Maya, J. S. (2016). *Desarrollo Personal*. Madrid.

Cruz, K. (2014). *Factores Externos e internos que influyen en el desarrollo Empresarial de la Empresa Cruz Quiroz y Corredores de Seguros SRL*. Trujillo.

Debitoor. (2005). *Influencia de los Ingresos* . Guadalajara.

Di Genova, A. E. (2012). *Manual De Relaciones Publicas e Institucionales*. Ugermal.

Fernández, A. G. (1990). *Análisis del crecimiento sostenible por los distintos sectores empresariales. Documento de trabajo de la Universidad de Oviedo*, pp.03-88.

Garcia, C. (2006). *Estudio ex post facto sobre la motivacion y la satisfaccion laboral*. Salvador.

Gardey, P. (2007). *Definicion de Factor*. Sevilla.

Gonzales, J. (2013). *Gestión Empresarial y Competitividad en las Mypes del Sector Textil en el Marco de la ley N° 28015 en el distrito de da Victoria-Año 2013*. Lima.

Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodologia de la Investigación*. Mexico D.F: Mc Graw Hill.

Hernandez, E. (2013). *Control Financiero o Gestion de Tesoreria*. Mexico DF.

Hernandez, F. y. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Mc Graw hill.

- Jimenez de Escalón, S. (2011). *Gestion Empresarial B1*. Obtenido de Fuente de Financiamiento: <http://empresaygestionbi.weebly.com/31-fuentes-de-financiamiento.html>
- Kotler, T. (2007). *Analisis de problemas y toma de desiciones*. Colombia: Prentice Hall.
- Lezama, J., & Perez, F. (2008). *Las Organizaciones y su crecimiento continuo*. Mexico D.F.
- Libertad, G. R. (2017). *Poblacion del Distrito de Huanchaco*.
- Lozano Quirce, M. (2000). *Ecured*. Recuperado de https://www.ecured.cu/Gesti%C3%B3n_del_conocimiento
- MDH. (2017). *MYPES*. Huanchaco.
- Mendez, M. (2003). *Estrategias para turismos, finanzas, salud y comunicación*. Colombia: McGraw Hill.
- Mendieta, P. (2007). *Fuentes de Financiamiento e Indicadores de Endeudamiento*. España.
- Mercado, K. (2016). *La relación del Crecimiento Empresarial del sector comercial y el Nivel de Calidad de los trabajos del sector Comercial, del distrito de Tacna año 2015*. Tacna.
- Merino, M. (2011). *Prestamos Bancarios*. Quito.
- Peña, H. N. (2012). *El Credito Bancario a Personas Juridicas y Naturales*. La Habana: Banco Central de Cuba.
- Revenge, A. (2009). *Crecimiento Empresarial un nuevo mundo*. Córdoba: Editorial Mendez.
- Ricaldi, J. (15 de Julio de 2013). *Financiamiento Externo*. Recuperado de <https://es.slideshare.net/cristhian300/financiamiento-externo>

- Rodríguez, J. (1999). La gestión del conocimiento: una gran oportunidad. *El profesional de la información*, pp.12-25.
- Rojas, A. (2011). *Activos , Pasivo y Patrimonio I* . Madrid , España: WDS.
- Román, J. J. (11 de Mayo de 2016). *El 40% de mypes considera que su negocio crecería más de 50% con personal adecuado*, pp. 09-20.
- RPP NOTICIAS. (15 de Diciembre de 2015). Recuperado de <http://rpp.pe/lima/actualidad/aprovecha-las-ventajas-de-la-ley-mype-para-formalizarte-noticia-922008>
- RPP NOTICIAS. (20 de Diciembre de 2016). Recuperado de <http://rpp.pe/economia/economia/gobierno-publico-nuevo-regimen-mype-tributario-noticia-1017819>
- Sanches Vidal, J., & Martin Ugedo, J. F. (2006). En *Edad y Tamaño Empresarial y ciclo de vida financiera* (págs. 10-29). Cartagena: Instituto Valenciano de Investigación Económicas,S.A.
- Sanchez, M. (2009). *Instituciones para conseguir financiamiento*. Cordova.
- Sexton, W. (1977). *Teorías de la Organización*. Mexico: Trillas.
- Solomon, R. (1995). *La Era de los negocios*. Madrid: Alianza.
- SUNAT. (s.f.). *Micro y Pequeña Empresa*. Recuperado de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html>
- Sveiby. (2005). *Ecured*. Recuperado de https://www.ecured.cu/Gesti%C3%B3n_del_conocimiento#cite_note-2
- Tamayo Tamayo, m. (1988). *Diccionario de investigación. 2a ed.* Mexico: Noriega Editores.
- Tamayo Tamayo, M. (1988). *Diccionario de investigación. 2a ed.* Mexico: Noriega Editores.

- Tamayo Tamayo, M. (1998). *La Investigación*. Bogota: Arfo Editores Ltda.
- Tamayo, M. (1999). *La Investigación*. Santa Fe de Bogota: Arfo Editores Ltda.
- Teoloco. (8 de Junio de 2012). *La motivación de los empleados dentro de la empresa*. Obtenido de <http://www.tecoloco.com/blog/la-motivacion-de-los-empleados-dentro-de-la-empresa.aspx>
- Ubaldo, C., & Jimenez, E. (2009). *Titulo de Propiedad y Herencia*. Guadalajara, Mexico: COA.
- Udima. (18 de Mayo de 2017). Recuperado de concepto de tamaño y crecimiento de la empresa: <http://blogs.udima.es/administracion-y-direccion-de-empresas/libros/introduccion-a-la-organizacion-de-empresas-2/unidad-didactica-9-tamano-concentracion-y-crecimiento-de-la-empresa/1-introduccion-concepto-de-tamano-y-crecimiento-de-la-empresa/>
- UNESCO. (2006). *Clasificación Internacional Normalizada de la Educacion*. Montreal: Reedicion.
- Vera, C. (2015). *La creación de la Ventanilla Única Empresarial fortalece el crecimiento micro empresarial de Tulcan*. Tulcan.

IX.ANEXOS

ANEXO N° 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Factores que intervienen en el Crecimiento Empresarial de las MYPES en el Distrito de Huanchaco año 2017	¿Cuáles son los factores que intervienen en el Crecimiento Empresarial de las MYPES en el Distrito de Huanchaco año 2017?	Objetivo General	Los factores que intervienen en el crecimiento empresarial de las MYPES en el Distrito de Huanchaco son: Gestión del Conocimiento, Financiamiento Externo, Motivación del Propietario y Tamaño del Negocio.	Factores del Crecimiento Empresarial	Según Blázquez, Dorta y Verona (2006) lo definen como:	Son aquellos elementos que influyen o coadyuvan al crecimiento de una organización. Estos pueden ser internos (Propios de la organización) y externos (del entorno de la organización).A través de opiniones de los empresarios de las micro empresas de Huanchaco, donde se aplicara un cuestionario dirigido a los empresarios		Nivel de Estudios	Ítem 1	NOMINAL
		Determinar los factores que intervienen en el Crecimiento Empresarial de las MYPES en el Distrito de Huanchaco año 2017					Gestión del Conocimiento	Participación en eventos de mejora empresarial promovidos por la Municipalidad Distrital de Huanchaco	Ítem 2	
		Analizar la Gestión del Conocimiento adquirido por los microempresarios del Distrito de Huanchaco.						Capacitaciones de emprendimiento asistidas en el último año	Ítem 3	
		Identificar la Motivación de los microempresarios para el crecimiento empresarial de las MYPES.						Adquisición de crédito	Ítem 4	
		Analizar el uso del Financiamiento Externo de las MYPES para el crecimiento empresarial.					Financiamiento Externo	Entidad Financiera	Ítem 5	
		Analizar el tamaño de las MYPES para el crecimiento empresarial.						Monto Solicitado	Ítem 6	
		Proponer estrategias para el crecimiento empresarial de las MYPES en el distrito de Huanchaco					Motivación del Propietario	Metas Propuestas	Ítem 7	
								Ganancias del Negocio	Ítem 8	
							Tamaño del Negocio	Activos Propios	ítem 9	
									ítem 10	
								Crecimiento del Negocio	ítem 11	
								Estimación del Negocio	ítem 12	
								Razones de crecimiento	ítem 13	

ANEXO N° 2 Encuesta

1.1. Técnica: Encuesta

1.1.1. Instrumento : Cuestionario

CUESTIONARIO

PRESENTACIÓN: Reciba el saludo cordial de la alumna Juanita Arzola Ybañez de la escuela de Administración de la universidad "Cesar Vallejo". Este cuestionario forma parte de un estudio sobre los factores que intervienen en el crecimiento empresarial de las MYPES en el distrito de Huanchaco. Con este instrumento se pretende recoger información sobre el impedimento de cada factor al crecimiento empresarial.

DATOS GENERALES:

Nombre Comercial:

1. Nivel de estudios máximo que usted ha alcanzado :

- Primaria
- Secundaria
- Técnico
- Universitario
- Sin Nivel

2. ¿Ha participado en eventos de mejora empresarial promovidos por la Municipalidad Distrital de Huanchaco?

- Sí No

Si la respuesta es Sí, continuar con la pregunta 3, y si la respuesta es No, pasar a la pregunta 4.

3. ¿A cuántas capacitaciones de emprendimiento ha asistido en el último año?

4. ¿Ha adquirido algún crédito?

- Sí No

¿Por qué?

.....
.....
.....

Si la respuesta es Sí, continuar con la pregunta 5 y 6, y si la respuesta es No pasar a la pregunta 7

5. ¿Cuál es la entidad financiera en la que obtuvo el crédito?

6. ¿Cuánto fue el monto solicitado?

7. ¿Cumple con sus metas propuestas?

Sí

No

¿Por qué?

.....

.....

.....

.....

8. ¿Está de acuerdo con sus ganancias del negocio?

Sí

No

9. ¿El local que usa para su negocio tiene título de propiedad?

Sí

No

10. ¿En su negocio tiene maquinaria propia?

Sí

No

11. ¿Cómo considera que esta el crecimiento de su negocio comparándola con los últimos dos años?

Mucho Mejor

Mejor

Igual

Peor

¿Por qué?

.....
.....
.....
.....

12. ¿Estima usted que su negocio va a crecer o decrecer en el próximo año?

- Va a crecer
- Va a mantenerse igual
- Va a decrecer
- No sabe

¿Por qué?

.....
.....
.....

13. Podría darme 3 razones que han hecho crecer su negocio.

.....
.....
.....
.....
.....

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

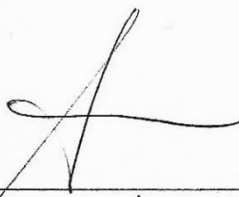
Yo, Alex Edmundo Adrianzen Jimenez, titular del
DNI. N° 27715521, de profesión
Economista, ejerciendo actualmente
como Docente TP, en la Institución
Universidad César Vallejo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en Empresario de la micro y pequeña empresa

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			X	
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los Ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

En Trujillo, a los 13 días del mes de junio del año 2017



Firma

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

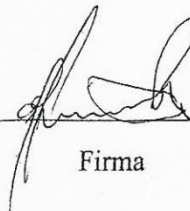
Yo, José Guerrero Ramirez, titular del
DNI. N° 80396738, de profesión
Administrador, ejerciendo actualmente
como Director de Escuela, en la Institución
Casa Vallijo

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación del Instrumento (cuestionario), a los efectos de su aplicación al personal que labora en la Universidad Casa Vallijo.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems		/		
Amplitud de contenido		/		
Redacción de los Ítems		/		
Claridad y precisión		/		
Pertinencia		/		

En Trujillo, a los 12 días del mes de Junio del
2017


Firma

ANEXO N°4 Ficha Técnica

Planificación: Cuestionario de los Factores del Crecimiento Empresarial Ficha Técnica

Autora: Juanita Rosita Arzola Ybañez

Procedencia: Universidad Cesar Vallejo

País: Perú

Año: 2017

Versión: Original en idioma Español

Administración: Colectiva e individual

Duración: 20 minutos (aproximadamente)

Objetivo: Identificar los factores que intervienen en el crecimiento empresarial.

Dimensiones: Contiene:

- Gestión del Conocimiento
- Financiamiento Externo
- Motivación del Propietario
- Tamaño del Negocio
- Crecimiento Empresarial

ANEXO N°5 Base de Datos

N°	NOMBRE DEL NEGOCIO	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	ITEM 7	ITEM 8	ITEM 9	ITEM 10	ITEM 11	ITEM 12	ITEM 13
1	Bodega Jesus	N.A	No	0	Si	BBVA	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	No	No	Si	Si	Mejor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
2	Restaurant El Capi	N.A	No	0	Si	Interbank	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	No	No	Igual	Va a decrecer	Variadad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
3	Restaurant El Tiburon	Primaria	No	0	Si	BCP	\$/6,000.00 - \$/10,000.00	Si	Si	No	Si	Igual	a mantenereser ig	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
4	Peluqueria Cris	Primaria	No	0	Si	BBVA	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	Si	Si	Mejor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
5	Basano Market	Primaria	No	0	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	Si	Si	Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
6	Restaurant El Chiro	N.A	Si	1	Si	Interbank	\$/6,000.00 - \$/10,000.00	No	No	No	Si	Peor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
7	Restaurant El Buen Chevichito	Primaria	No	0	No	BCP	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	Si	No	Igual	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
8	Escuela de Tabla The Wave	N.A	No	0	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	Si	No	Igual	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
9	Bodega Tofito	N.A	No	0	Si	Interbank	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	No	No	Si	Si	Mejor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
10	Restaurant Cucharas Bravas	Primaria	No	0	No	BCP	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	Si	Si	Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
11	Venta de comida rapida Bambu	N.A	No	0	Si	Interbank	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	No	No	No	Si	Peor	No sabe	Variadad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
12	Surf Burguer	N.A	No	0	Si	BBVA	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	No	Si	Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
13	Locutorio Boly Net	N.A	No	0	Si	BBVA	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	No	No	Si	Si	Igual	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
14	Jugueria Yolit	N.A	No	0	Si	Interbank	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	Si	Si	Igual	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
15	Bodega Muñoz	N.A	No	0	Si	BBVA	\$/6,000.00 - \$/10,000.00	No	No	Si	Si	Mejor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
16	Bodega Maria	Primaria	No	0	No			Si	Si	Si	Si	Igual	a mantenereser ig	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
17	Hospedaje Oceano	Primaria	No	0	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00		Si	Si	Si	Mucho Mejor	a mantenereser ig	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
18	A tutta pizza	Primaria	No	0	No			Si	Si	Si	Si	Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
19	Mango Yambo	Secundaria	No	0	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	Si	Si	Mejor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
20	Artesano Malecon	Técnico	Si	2	Si	Interbank	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	Si	Si	Mucho Mejor	Va a crecer	Variadad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
21	Artesania Takaynmo	Secundaria	Si	2	Si	BCP	\$/6,000.00 - \$/10,000.00	Si	Si	Si	Si	Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
22	Restaurant El Pescadito	Secundaria	No	0	No			No	No	Si	Si	Mejor	a mantenereser ig	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
23	Bodega Luluyver	N.A	No	0	No			No	No	Si	Si	Igual	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variadad de precios
24	Barineta	Técnico	Si	2	Si	Scotiabank	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	No	Si	Mucho Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
25	Yenth Cora Surf School	Técnico	Si	1	No			Si	Si	No	Si	Peor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
26	Bazar Tatiana	N.A	No	0	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	No	No	No	Si	Igual	a mantenereser ig	Variadad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
27	Bazar Buho	Secundaria	No	0	Si	BBVA	\$/6,000.00 - \$/10,000.00	Si	Si	No	Si	Igual	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
28	Picanteria El Patillo	Secundaria	Si	1	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	No	Si	Mejor	a mantenereser ig	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
29	Picanteria Silvia	N.A	No	0	No			No	No	Si	Si	Mejor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
30	Bodega Cristina	Primaria	No	0	No			No	No	Si	No	Igual	No sabe	Variadad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
31	Bodega Nager	N.A	No	0	Si	Interbank	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	Si	No	Peor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
32	Restaurant La Esquina de Clavelit	N.A	No	0	Si	Scotiabank	\$/6,000.00 - \$/10,000.00	No	No	Si	No	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
33	Secundaria	Secundaria	Si	1	Si	BBVA	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	No	No	Si	No	Igual	a mantenereser ig	Variadad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
34	Escuela de Surf Onechako	Secundaria	No	0	Si	Caja Trujillo	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	No	Si	Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
35	Menu La Jama de Dante	Secundaria	No	0	Si	Interbank	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	No	Si	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
36	Escuela de Tabla Nuevas Olas	Secundaria	No	0	Si	Scotiabank	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	Si	Si	Mucho Mejor	a mantenereser ig	Variadad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
37	The Lighthouse	Técnico	Si	1	Si	BBVA		Si	Si	Si	Si	Mucho Mejor	a mantenereser ig	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
38	Bodega Karla	N.A	No	0	Si	Scotiabank	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	No	Si	Peor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
39	Bodega Janet	N.A	Si	1	Si	BBVA	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	No	No	Igual	a mantenereser ig	Variadad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
40	Café Palatino	Secundaria	No	0	Si	BBVA	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	No	No	Igual	a mantenereser ig	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
41	Bodega Virgen de la Puerta	N.A	No	0	Si	Interbank	\$/6,000.00 - \$/10,000.00	No	No	No	No	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
42	Topico San Judas Tadeo	Técnico	No	0	No			Si	Si	No	Si	Mucho Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
43	Picanteria Lauro	Primaria	Si	1	Si	BCP	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	No	Si	Igual	a mantenereser ig	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
44	Farmacia Vereau	Universitario	No	0	No			Si	Si	Si	Si	Mejor	a mantenereser ig	Variadad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
45	La cabaña de Vera	Primaria	No	0	Si	Interbank	\$/6,000.00 - \$/10,000.00	Si	Si	No	Si	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
46	Picanteria Charapita	N.A	No	0	Si	Scotiabank	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	No	Si	Peor	Va a decrecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
47	Restaurant Tierra y Mar	Primaria	No	0	Si	BBVA	\$/6,000.00 - \$/10,000.00	No	No	Si	Si	Mucho Mejor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
48	Bodega Aldair	N.A	No	0	Si	BBVA	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	No	No	Si	Si	Igual	Va a decrecer	Variadad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
49	Bodega Argolini	Primaria	No	0	Si	Interbank	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	Si	Si	Mucho Mejor	a mantenereser ig	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
50	Cafeteria Chocolate	Técnico	No	0	No			Si	Si	Si	Si	Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
51	Bodega San Francisco de Asis	N.A	No	0	No			No	No	No	Si	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
52	Restaurant La Marea	Técnico	Si	1	Si	Caja Trujillo	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	No	Si	Igual	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
53	Ferreteria Huanchaco	Secundaria	No	0	Si	Caja Sullana	\$/6,000.00 - \$/10,000.00	No	No	No	No	Mejor	a mantenereser ig	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
54	Distribuidora Huanchaco	Técnico	Si	1	Si	Interbank	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	No	No	Igual	Va a crecer	Variadad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
55	Bodega Bazar Union	N.A	No	0	Si	Caja Sullana	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	No	Si	Mejor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
56	Restaurant Norfeñito	N.A	No	0	Si	Scotiabank	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	No	No	No	Si	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
57	Bazar Elizabeth	N.A	No	0	No			No	No	No	Si	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
58	Hospedaje El Rustico	Secundaria	Si	2	Si	Scotiabank	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	Si	Si	Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
59	Restaurant Casa Tere	N.A	No	0	Si	Caja Sullana	\$/6,000.00 - \$/10,000.00	Si	Si	Si	No	Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
60	Bodega Señor de los Milagros	N.A	No	0	Si	BBVA	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	Si	No	Igual	a mantenereser ig	Variadad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
61	Cabinas K.E.M.K	Primaria	No	0	Si	Scotiabank	\$/6,000.00 - \$/10,000.00	No	No	Si	Si	Mejor	a mantenereser ig	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
62	Restaurant La Gaviota	Secundaria	No	0	Si	BBVA	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	No	No	Si	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
63	Picanteria La Pirana	Secundaria	No	0	No			Si	Si	No	Si	Igual	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
64	Librería Bazar	Primaria	Si	1	Si	Caja Trujillo	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	No	No	Igual	a mantenereser ig	Variadad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
65	Cremolada Dante	Primaria	Si	1	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	No	Si	Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
66	Bodega Sheyla	N.A	No	0	Si	Scotiabank	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	No	No	No	Si	Peor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
67	Bodega Carmen	N.A	No	0	No			No	No	No	Si	Peor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
68	Fito Market	Primaria	No	0	No			No	Si	Si	Si	Mucho Mejor	a mantenereser ig	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
69	Internet Dalias	Primaria	No	0	No			No	No	Si	Si	Mejor	Va a decrecer	Variadad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
70	Escuela de Tabla Tony	Técnico	Si	1	No			Si	Si	Si	Si	Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
71	Bodega Rondos	N.A	No	0	Si	Interbank	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	No	Si	Igual	a mantenereser ig	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
72	Restaurant Coquito	Técnico	No	0	Si	Interbank	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	Si	Si	Igual	Va a crecer	Variadad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
73	Jugueria Fruta Vida	N.A	No	0	No			No	No	No	Si	Igual	a mantenereser ig	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
74	Restaurant La Esquina	Primaria	Si	1	Si	BBVA	\$/6,000.00 - \$/10,000.00	Si	Si	No	Si	Mucho Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
75	Bar Mamacha	Primaria	Si	1	No			Si	Si	No	Si	Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
76	Restaurant El Tigriello	Secundaria	No	0	Si	BCP	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	No	No	Igual	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
77	Tiki Market	Técnico	No	0	No			Si	Si	Si	No	Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
78	Bodega Primavera	N.A	Si	1	Si			No	No	No	Si	Igual	a mantenereser ig	Variadad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
79	Sandwicheria La Sombrialla	N.A	No	0	Si	Interbank	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	No	Si	Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
80	Farmacia Luxfar	Universitario	No	0	Si	Caja Trujillo	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	No	Si	Peor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos

81	Botica Los Pinos	Primaria	No	0	No				Si	Si	Si	Si	Igual	Va a crecer	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
82	Bodega Luchos	N.A	No	0	Si	Prestamista	\$/1,000.00 - \$/3,000.00		Si	Si	Si	Si	Mucho Mejor	Va a crecer	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
83	Botica Virgen del Socorro	Primaria	No	0	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00		Si	Si	Si	Si	Mejor	Va a crecer	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
84	Bodega Doña Chana	N.A	Si	1	No				Si	Si	Si	Si	Mucho Mejor	a mantenerse	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
85	Boutique Miami	Secundaria	No	0	Si				No	No	Si	Si	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
86	Menu Land	Secundaria	Si	1	Si	Interbank	\$/1,000.00 - \$/3,000.00		No	No	No	Si	Peor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
87	Mini Market Cherys	Secundaria	No	0	No				Si	Si	No	Si	Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
88	Restaurant Marcia	Secundaria	No	0	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00		Si	Si	No	No	Igual	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
89	Hamburguesa Taysy	Primaria	No	0	No				No	No	No	No	Peor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
90	El Pincón Huanchaquero	Secundaria	No	0	No				Si	Si	No	No	Igual	a mantenerse	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
91	Gimnasio Evolution	Primaria	Si	1	Si	Caja Suliana	\$/6,000.00 - \$/10,000.00		Si	Si	Si	Si	Mejor	Va a crecer	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
92	Farmacia Funegra	Universitaria	No	0	No				Si	Si	Si	Si	Mejor	Va a crecer	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
93	Pollería El Sebas	Secundaria	No	0	Si	Interbank	\$/3,000.00 - \$/6,000.00		No	No	No	No	Peor	Va a decrecer	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
94	Bodega Cinthya	N.A	No	0	No				No	No	No	Si	Igual	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
95	Artesanía El Muelle	Secundaria	Si	2	Si	Caja Suliana	\$/3,000.00 - \$/6,000.00		Si	Si	Si	Si	Mejor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
96	Bodega Jackelyn	N.A	Si	1	Si	Caja Trujillo	\$/1,000.00 - \$/3,000.00		No	No	Si	Si	Mucho Mejor	a mantenerse	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
97	Bodega Luannas	N.A	No	0	No				No	No	No	Si	Peor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
98	Bodega Chicos	Primaria	No	0	No				No	No	No	Si	Igual	a mantenerse	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
99	Lubricentro El Gato Negro	Primaria	No	0	Si	BCP	\$/6,000.00 - \$/10,000.00		Si	Si	Si	No	Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
100	Market Calonge	Secundaria	Si	1	No				Si	Si	Si	No	Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
101	Restaurant El Mochica	Universitario	No	0	Si	BBVA	\$/6,000.00 - \$/10,000.00		Si	Si	Si	Si	Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
102	La Mama de Tito	Primaria	No	0	No				No	No	No	Si	Igual	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
103	Pollería El Profe	Secundaria	No	0	Si	Caja Suliana	\$/1,000.00 - \$/3,000.00		No	No	No	Si	Igual	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
104	Bodega La Gruta	N.A	No	0	No				No	No	No	Si	Igual	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
105	Farmacia America	Universitario	No	0	Si	Caja Suliana	\$/3,000.00 - \$/6,000.00		Si	Si	Si	Si	Mucho Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
106	Bodega Bley	Secundaria	No	0	No				No	No	Si	No	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
107	Bodega Jonathan	Primaria	No	0	No				No	No	Si	No	Igual	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
108	Bodega Carifios	Secundaria	No	0	Si	Scotiabank	\$/6,000.00 - \$/10,000.00		No	No	No	No	Peor	Va a decrecer	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
109	Bodega Virgen de la Puerta	Primaria	No	0	Si	Caja Trujillo	\$/3,000.00 - \$/6,000.00		Si	Si	No	No	Igual	a mantenerse	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
110	Bodega La Esquinita	Primaria	Si	2	No				Si	Si	No	Si	Igual	a mantenerse	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
111	Bodega Angelina	N.A	No	0	Si	Interbank	\$/1,000.00 - \$/3,000.00		Si	Si	Si	Si	Mejor	a mantenerse	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
112	Bodega Elizabeth	N.A	Si	1	Si	Caja Suliana	\$/3,000.00 - \$/6,000.00		No	No	Si	Si	Igual	a mantenerse	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
113	Bodega Jimena	N.A	No	0	No				No	No	Si	Si	Igual	a mantenerse	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
114	Bodega Miguelito	Secundaria	No	0	Si	BCP	\$/1,000.00 - \$/3,000.00		No	No	No	Si	Peor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
115	Bodega Mayra	N.A	No	0	No				No	No	Si	Si	Mejor	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
116	Bodega Angie y Ronaldo	Secundaria	Si	1	Si	Interbank	\$/1,000.00 - \$/3,000.00		No	No	Si	Si	Mucho Mejor	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
117	Dulcería Anabelen	Secundaria	No	0	No				No	No	Si	Si	Mejor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
118	Minimarket Chelsea	Secundaria	No	0	Si	BCP	\$/1,000.00 - \$/3,000.00		No	No	Si	No	Peor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
119	Mundaka Surf School	Primaria	Si	1	No				No	Si	No	Si	Igual	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
120	Bodega Eufemia	N.A	No	0	No				No	No	No	Si	Igual	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
121	Paradise Restaurant	Universitario	No	0	Si	BCP	\$/6,000.00 - \$/10,000.00		Si	Si	No	Si	Mucho Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
122	Bodega Tejada	Primaria	No	0	No				No	No	Si	No	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
123	Bodega Vela	N.A	No	0	Si	Caja Trujillo	\$/6,000.00 - \$/10,000.00		No	No	Si	No	Igual	a mantenerse	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
124	Ferretería J.S	Secundaria	No	0	No				Si	Si	Si	Si	Mucho Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
125	Minimarket Luchis	Secundaria	Si	1	Si	Scotiabank	\$/3,000.00 - \$/6,000.00		Si	Si	Si	Si	Mucho Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
126	Bodega Castañeda	Secundaria	Si	1	No				No	No	No	Si	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
127	Ferretería Mirian	Secundaria	No	0	Si	BBVA	\$/6,000.00 - \$/10,000.00		Si	Si	No	Si	Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
128	Topico Carlos	Universitario	No	0	Si	BCP	\$/6,000.00 - \$/10,000.00		Si	Si	No	Si	Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
129	Panadería Vasquez	Primaria	Si	2	No				Si	Si	No	No	Peor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
130	Dulcería Doña Carmen	Primaria	No	0	No				Si	Si	Si	No	Peor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
131	Bodega los 4 hermanitos	Primaria	No	0	Si	Prestamista	\$/1,000.00 - \$/3,000.00		No	No	Si	No	Igual	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
132	Bodega Dayana	N.A	No	0	No				No	No	No	Si	Igual	Va a decrecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
133	Bodega Adrianita	Primaria	No	0	No				No	No	No	Si	Peor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
134	Indigan Surf School	Secundaria	Si	1	Si	Scotiabank	\$/1,000.00 - \$/3,000.00		Si	Si	No	Si	Igual	Va a crecer	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
135	Bodega Solange	Primaria	No	0	Si	Interbank	\$/3,000.00 - \$/6,000.00		No	No	No	Si	Mejor	No sabe	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
136	Bodega Los Angelitos	Secundaria	No	0	No				No	No	Si	Si	Mejor	No sabe	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
137	Bodega La taberna	Secundaria	Si	1	Si	Caja Suliana	\$/3,000.00 - \$/6,000.00		No	No	Si	Si	Igual	a mantenerse	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
138	Pollería Mishkura	Secundaria	No	0	No				No	No	Si	No	Peor	Va a decrecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
139	Panadería Camilia	Técnico	No	0	Si	Caja Trujillo	\$/3,000.00 - \$/6,000.00		Si	Si	No	No	Mejor	Va a decrecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
140	Internet Buzios	Técnico	No	0	Si	BCP	\$/6,000.00 - \$/10,000.00		No	No	No	Si	Igual	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
141	Confecciones Esther	Secundaria	No	0	No				Si	Si	No	No	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
142	Bodega L&L	Primaria	Si	1	Si	Interbank	\$/3,000.00 - \$/6,000.00		No	No	No	Si	Peor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
143	Bodega Estelita	Secundaria	No	0	No				Si	Si	No	Si	Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
144	Pelquería Pamela	Primaria	No	0	Si	Caja Trujillo	\$/3,000.00 - \$/6,000.00		No	No	Si	Si	Peor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
145	Bazar Juanchis	Secundaria	No	0	No				No	No	Si	No	Igual	a mantenerse	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
146	Librería Paola	Secundaria	No	0	No				No	No	Si	Si	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
147	Restaurant Sabor y Sazon	Técnico	Si	1	Si	Interbank	\$/6,000.00 - \$/10,000.00		Si	No	Si	Si	Mucho Mejor	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
148	Bodega Las dos hermanitas	Secundaria	No	0	No				No	No	Si	Si	Mejor	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
149	Bodega Castillo	N.A	No	0	No				No	No	Si	No	Igual	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
150	Bodega María Julia	N.A	Si	1	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00		No	No	Si	No	Igual	a mantenerse	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
151	Bodega Rocio	Secundaria	No	0	Si	Prestamista	\$/1,000.00 - \$/3,000.00		No	No	No	Si	Igual	No sabe	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
152	Venta de comida Krismel	Secundaria	Si	1	No				No	No	Si	Si	Mucho Mejor	No sabe	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
153	Bodega Gemes	N.A	No	0	Si	Caja Trujillo	\$/1,000.00 - \$/3,000.00		No	No	Si	Si	Igual	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
154	Restaurant Kaliente	Primaria	No	0	No				No	No	Si	No	Peor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
155	Restaurant Lobo Marino	Secundaria	No	0	Si	Interbank	\$/6,000.00 - \$/10,000.00		Si	Si	Si	No	Igual	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
156	Restaurant Don Lalo	Secundaria	No	0	Si	Caja Trujillo	\$/3,000.00 - \$/6,000.00		Si	No	Si	Si	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
157	Bodega El Buen Amigo	N.A	Si	1	No				No	No	Si	Si	Mucho Mejor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
158	Caral Vip Lounge	Primaria	Si	2	Si	Interbank	\$/6,000.00 - \$/10,000.00		Si	Si	Si	Si	Mejor	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
159	Bodega Mechita	Secundaria	No	0	Si	Caja Trujillo	\$/1,000.00 - \$/3,000.00		Si	Si	Si	No	Igual	No sabe	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
160	Panadería Juanchu	Secundaria	No	0	No				Si	Si	No	No	Mejor	Va a crecer	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido

161	Bodega Bendicion	Primaria	No	0	Si	BCP	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	Si	Si	Igual	No sabe	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
162	Bodega La cumbre	Primaria	Si	1	No			No	No	No	No	Igual	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
163	Bodega Villarruel	N.A	No	0	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	No	No	No	Si	Peor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
164	Bodega Juanita	Secundaria	No	0	Si	Caja Sullana	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	Si	Si	Mucho Mejor	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
165	Bodega Lucas	N.A	No	0	No			No	No	Si	Si	Mejor	a mantenerse	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
166	Bodega Adonay	N.A	No	0	No			No	No	No	Si	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
167	Botica Las Lomas	Técnico	No	0	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	Si	Si	Mejor	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
168	Bodega Amistad	Primaria	Si	1	Si	Prestamista	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	Si	No	Igual	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
169	Bodega Katerin	N.A	No	0	No			No	No	Si	Si	Mejor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
170	Sastreria Melgar	Primaria	No	0	No			No	No	Si	No	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
171	Bodega El Parque	Primaria	Si	1	Si	BCP	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	Si	Si	Mucho Mejor	Va a crecer	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
172	Bodega Alejandra	N.A	No	0	Si	Prestamista	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	No	No	No	Si	Mejor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
173	Bodega Vicky	Primaria	No	0	No			No	No	No	No	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
174	Bodega Mari	N.A	No	0	No			No	No	No	No	Igual	a mantenerse	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
175	Bodega Mabel	N.A	No	0	Si	BCP	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	Si	No	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
176	Bodega Neto	Primaria	No	0	No			No	No	Si	Si	Mejor	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
177	Polleria Chick and Roll	Universitario	Si	1	Si	BBVA	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	Si	Si	Mucho Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
178	Bodega Pisky	Secundaria	No	0	No			Si	Si	Si	Si	Igual	a mantenerse	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
179	Picanteria Chanito	N.A	No	0	No			Si	Si	Si	No	Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
180	Dulci Nelly	Universitario	Si	2	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	Si	No	Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
181	Peluqueria Yulisa	N.A	No	0	Si	Prestamista	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	Si	Si	Mucho Mejor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
182	Bodega Azucena	N.A	No	0	No			No	No	Si	Si	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
183	Ferreteria Pepe	Universitario	Si	1	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	Si	No	Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
184	Minimarket Fabricio	Secundaria	No	0	Si	Prestamista	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	No	Si	Mejor	Va a crecer	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
185	Restaurant de Luna	Secundaria	No	0	No			No	No	No	Si	Peor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
186	Hotel Mama Tina	Universitario	No	0	Si	BBVA	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	No	Si	Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
187	Hotel los 3 delines	Técnico	Si	1	Si	BCP	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	No	Si	Igual	a mantenerse	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
188	Hotel Caballito de Totorá	Universitario	No	0	Si	Prestamista	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	No	Si	Mucho Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
189	Hotel Sol	Primaria	No	0	No			No	No	Si	Si	Peor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
190	Hostal Cube	Secundaria	Si	1	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	Si	Si	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
191	Polleria Davila	Primaria	No	0	No			No	No	Si	No	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
192	Polleria La Barra	Secundaria	Si	1	Si	Prestamista	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	Si	No	Mucho Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
193	Hostal OK	Secundaria	No	0	Si	BCP	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	Si	No	Igual	a mantenerse	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
194	Hotel Qamar	Universitario	No	0	No			Si	Si	Si	Si	Mucho Mejor	Va a crecer	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
195	Hostal Mamacocha	Secundaria	Si	1	Si	BBVA	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	Si	Si	Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
196	Bodega Chavari	Secundaria	No	0	No			No	No	Si	No	Igual	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
197	Bodega Brisa	N.A	No	0	No			No	No	Si	Si	Igual	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
198	Café Bar Sabes	Técnico	No	0	Si	BBVA	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	No	No	Mejor	Va a crecer	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
199	Peluqueria Carmen	Técnico	No	0	No			Si	Si	No	No	Mejor	Va a crecer	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
200	Fotocopias Montoya	Universitario	No	0	Si	Scotiabank	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	No	No	Mejor	a mantenerse	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
201	Peluqueria Telmo	Técnico	No	0	Si	Prestamista	\$/6,000.00 - \$/10,000.00	Si	Si	Si	Si	Igual	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
202	Bodega Paco	Secundaria	No	0	No			No	No	Si	Si	Mejor	No sabe	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
203	Picanteria El Tiburon	Secundaria	Si	1	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	Si	Si	Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
204	Picanteria Chelita	Secundaria	No	0	Si	Caja Trujillo	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	Si	Si	Mucho Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
205	Bodega Luana	Secundaria	Si	1	No			Si	Si	Si	No	Mucho Mejor	a mantenerse	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
206	Bodega Milagros	N.A	No	0	No			Si	Si	No	No	Igual	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
207	Polleria mis 3 tesoros	Primaria	No	0	Si	Caja Trujillo	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	No	No	Igual	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
208	Escuela de Surf Tito Lescano	Secundaria	Si	1	Si	Scotiabank	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	No	No	No	Si	Mejor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
209	Ferreteria Vilca	Secundaria	No	0	No			No	No	No	Si	Peor	No sabe	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
210	Boutique Gemelas	Secundaria	No	0	No			Si	Si	Si	Si	Mejor	No sabe	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
211	Hotel Casa Suiza	Técnico	Si	2	Si	Prestamista	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	Si	No	Mejor	a mantenerse	Producto unico-Buen trato al cliente-Precios comodos
212	Bodega Luz	N.A	No	0	No			No	No	Si	No	Igual	a mantenerse	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
213	Bodega Karina	Primaria	No	0	No			No	No	No	Si	Peor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
214	Bodega Rios	N.A	No	0	Si	Scotiabank	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	No	No	No	Si	Peor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
215	Ferreteria Luis	Secundaria	No	0	Si	Prestamista	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	No	No	Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
216	Bodega Carmen	Secundaria	Si	1	No			No	No	Si	Si	Mejor	a mantenerse	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
217	Panaderia Fito Pan	Técnico	No	0	Si	BCP	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	Si	No	Igual	a mantenerse	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
218	Dulceria Argolini	Secundaria	Si	1	Si	Prestamista	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	Si	No	Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
219	Topico Lucho	Primaria	No	0	No			No	No	Si	Si	Igual	a mantenerse	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
220	Farmacia Teran	Primaria	Si	2	No			Si	Si	Si	Si	Mejor	a mantenerse	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
221	Farmacia Clarita	Universitario	No	0	Si	Caja Trujillo	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	No	Si	Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
222	Bodega Esther	N.A	No	0	No			No	No	No	Si	Peor	Va a decrecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
223	Picanteria Luchito	Secundaria	Si	1	Si	BCP	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	Si	No	Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
224	Bodega Moises	N.A	No	0	No			No	No	Si	No	Igual	Va a decrecer	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
225	Bodega Carltos	Secundaria	No	0	Si	BCP	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	Si	Si	Mejor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
226	Bodega Naty	N.A	Si	1	No			No	No	Si	Si	Mejor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
227	Farmacia Milagros	Universitario	No	0	Si	Scotiabank	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	No	No	No	Si	Peor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
228	Peluqueria Jenny	Técnico	No	0	Si	Prestamista	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	No	No	No	Igual	No sabe	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
229	Bodega Paty	Secundaria	Si	1	Si	Prestamista	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	No	No	Peor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
230	Bodega Maria	Primaria	No	0	No			No	No	Si	No	Igual	No sabe	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
231	Picanteria El Buen Amigo	N.A	No	0	Si	BBVA	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	Si	Si	Si	No	Mejor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
232	Hotel Paraiso	Técnico	No	0	No			Si	Si	Si	Si	Mejor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
233	Restaurant Coco	Universitario	Si	2	Si	BBVA	\$/6,000.00 - \$/10,000.00	Si	Si	Si	Si	Mejor	Va a crecer	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
234	Bodega Luna	N.A	No	0	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	No	No	Si	No	Igual	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
235	Bodega Patita	N.A	Si	1	No			No	No	Si	No	Igual	No sabe	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
236	Bodega Andre	Primaria	No	0	No			No	No	No	No	Igual	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
237	Picanteria Luna	Secundaria	Si	2	Si	Interbank	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	No	No	No	Peor	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
238	Picanteria Margarita	Secundaria	No	0	No			No	No	Si	Si	Peor	No sabe	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
239	Botica Luz	Técnico	No	0	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	Si	Si	Mejor	a mantenerse	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
240	Bodega Tamy	Primaria	No	0	No			No	No	Si	Si	Igual	No sabe	Buena atencion al cliente-Lugar centrico-Variedad de precios
241	Bodega Mi Huanchaco	Primaria	No	0	Si	BBVA	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	No	No	Si	No	Igual	No sabe	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
242	Restaurant Marea Alta	Técnico	Si	2	Si	BCP	\$/3,000.00 - \$/6,000.00	Si	Si	No	No	Mejor	a mantenerse	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
243	Bodega Camilita	Primaria	No	0	No			No	No	Si	No	Igual	Va a decrecer	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
244	Hostal Amanecer	Primaria	No	0	Si	BCP	\$/1,000.00 - \$/3,000.00	No	Si	Si	Si	Mejor	Va a crecer	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido
245	Bodega Lorena	Secundaria	Si	1	No			No	No	Si	Si	Mejor	No sabe	Variedad de Productos-Diversas promociones-Negocio reconocido