



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL

Evaluación de los factores administrativos que limitan el crecimiento empresarial
de las Mypes Textiles del Centro Comercial Diver Plaza, Piura, 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL/GRADO
ACADÉMICO DE:**

Ingeniero Empresarial

AUTOR:

Rentería Aguirre, Jhony Fabian (ORCID: 0000-0002-0741-3479)

ASESOR:

MG. Saldarriaga Castillo, María del Rosario (ORCID: 0000-0002-0566-6827)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Estrategia y Planteamiento

PIURA – PERÚ

2019

Dedicatoria

A Dios por estar presente en mi
Vida y permitirme llegar hasta
Aquí en cada paso que doy y
Haberme brindado los medios
Necesarios para poder culminar
la presente tesis.


A mi madre y familiares, quienes,
con sus consejos, afecto y apoyo
incondicional lograron darme las
fuerzas necesarias para no darme
por vencido.

Agradecimiento

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

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

PÁGINA DEL JURADO

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por Doña:

RENTERÍA AGUIRRE, JHONY FABIÁN

Cuyo título es: "EVALUACIÓN DE LOS FACTORES ADMINISTRATIVOS QUE LIMITAN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES TEXTILES DEL CENTRO COMERCIAL DIVER PLAZA. PIURA. 2019"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: **14** (número). **Catorce** (letras).

Piura, 17 de diciembre del 2019



M.Sc. AGUSTIN MEDINA MARCHENA

PRESIDENTE



Mg. OSWALDO GABIEL CORONADO ZULOETA

SECRETARIO



Mg. EDUARDO RAÚL PÉREZ ZAMORA

VOCAL



Revisó	Vicerectorado de Investigación/ DEVAC / Responsable del SGC	Aprobó	Rectorado
--------	--	--------	------------------

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Renteria Aguirre, Jhony Fabian, estudiante de la facultad de ingeniería de la escuela académica profesional de ingeniería Empresarial de la Universidad Cesar Vallejo, sede Piura declaro que el trabajo académico titulado **“EVALUACIÓN DE LOS FACTORES ADMINISTRATIVOS QUE LIMITAN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES TEXTILES DEL CENTRO COMERCIAL DIVER PLAZA. PIURA. 2019”** presentada para la obtención del grado de Ingeniero Empresarial es de mi autoría.

Por lo Tanto, Declaro lo Siguiende:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo. Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completamente ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- Así mismo autorizo a la universidad Cesar Vallejo publicar la presente investigación si cree conveniente.

De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de sus fuentes o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Piura 17 de diciembre del 2019



Renteria Aguirre, Jhony Fabian
DNI. 48311145

ÍNDICE

Caratula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del jurado	iv
Declaración de Autenticidad.....	v
Índice.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II.MÉTODO	13
2.1. Tipo y Diseño de la investigación.....	13
2.2 Operacionalización de variables.....	14
2.3. Población, muestra y muestreo.....	15
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad...	16
2.5 Procedimiento.....	16
2.6. Métodos de análisis de datos.....	17
2.7. Aspectos éticos.....	17
III.RESULTADOS	18
IV. DISCUSIÓN	23
V. CONCLUSIONES	25
VI. RECOMENDACIONES	27
REFERENCIAS	28
ANEXOS	30

RESUMEN

La presente investigación se inició en el mes de abril del 2019 y culminó en el mes de diciembre del mismo año; desarrollándose en la ciudad de Piura, en el departamento de Piura. En la investigación se utilizó un enfoque cuantitativo para identificar los factores administrativos, operativos, estratégicos y externos que afectan en el retraso del crecimiento de los microempresarios textiles, ubicados en el centro comercial Diver Plaza. Esta tuvo un diseño no experimental con un nivel descriptivo, con una población y muestra de 15 microempresarios textiles.

La investigación toma como referencia el marco teórico de Ansoff, utilizado y adaptado por Okpara y Wynn, quienes proponen una clasificación de tipos de decisiones importantes para el comienzo y sostenibilidad de un sistema de comercio exitoso en cuatro factores; administrativos, operativos, estratégicos y externos; concluyendo en que los factores limitantes de mayor incidencia son los administrativos y estratégicos.

Palabras claves: Factores limitantes, administrativos, operativos, estratégicos y externos.

ABSTRACT

The present investigation began in the month of April of the 2019 and culminated in the month of December of the same year; Being developed in the city of Piura, in the department of Piura. The research used a quantitative approach to identify the administrative, operational, strategic and external factors that affect the delay in the growth of textile entrepreneurs, located in the Diver Plaza shopping center. This had a non-experimental design with a descriptive level, with a population and sample of 15 textile microentrepreneurs.

The investigation takes as reference the theoretical framework of Ansoff, used and adapted by Okpara and Wynn, who propose a classification of types of decisions important for the beginning and sustainability of a successful four-factor trading system; Administrative, operational, strategic and external; Concluding that the limiting factors of greater incidence are administrative and strategic factors.

Keywords: limiting factors, administrative, operational, strategic and external factors.

I. INTRODUCCIÓN

Cada día que pasa son más los ciudadanos que tienen una idea de negocio propio, por lo general la mayoría de éstas siempre la ejecutan y llegan hacer de esta manera dueños de sus propias empresas. El problema principal por lo que estos toman estas acciones es por la carencia de puesto de trabajos que existe en diferentes lugares del mundo. En la actualidad las diversas organizaciones estas cumpliendo un rol sumamente importante con respecto al desarrollo económico y financiero del país donde estas se están llevando a cabo. Un caso latente de estas se encuentra en Estados Unidos, país en el que se desarrollan diversidad de tipos de empresas. Los dueños de las empresas que tienen acceso a estas economías pueden conseguir un gran impulso, pero estos tienen que estar atentos al desarrollo empresarial y a los diferentes tipos de exigencia que presenta el mercado internacional. Diario Expansión (2019).

El diario Gestión (2019) dio a conocer el apartado sobre la micro y pequeña empresa donde se logró identificar 2.5 millones microempresarios que han logrado formal su empresa, dado a esto INEI (2019), realizó un estudio a la fecha vigente en el que se pudo constatar la gran importancia de colaboración de este por el desarrollo económico del país, donde el Perú logro ocupar el lugar 50 de 193 economías en la lucha de los inversionistas minoritarios. En nuestra nación un claro modelo de micro empresaria emprendedora es Marina Bustamante quien es propietaria de una de las empresa de marcas de cuero muy conocida en el Perú es Renzo Costa dedicada a la venta y elaboración de diferentes productos a base de 100 % cuero, los cuales son distribuidos a nivel nacional, la dueña de este negocio fue una persona muy perseverante en sus metas ya que gracias a estos logró que su marca sea comprada y reconocida a nivel nacional e internacional por diferentes clientes amantes al cuero. Diario la Republica, (2018).

Así mismo otra idea de negocio de emprendimiento empresarial es el de Tay Loy, la cual desde su creación, hasta estos últimos años ha venido generando una gran cantidad de ventas llegando así a ocupar un lugar importe en el mercado dado que esta ofrece una gran variedad de productos con diversidad de ofertas las cuales son accesibles para sus diferentes clientes; Tay Loy al tener un gran margen de

crecimiento al inicio de sus operaciones ayudo a que pueda diversificarse en sus nuevas formas de venta y modernos canales los cuales le permitieron de esta manera llegar a más clientes en diferentes partes de nuestra nación. La compañía de la familia Koc, comenzó sus trabajos en lima en el mercado central, hoy en día esta empresa es dueña de 46 tiendas propias donde 43 se encuentran ubicadas en Lima así como también en Ica, 2 en Chiclayo, 3 en Arequipa y 1 en Piura en centro comercial open plaza .Diario Gestión,(2019).

En la región Piura en el mercado modelo de dicha ciudad se encuentran unos 400 microempresario aproximadamente de los cuales el 10 % corresponde al área textil, junto a éste, Existe el centro comercial Diver Plaza que fue inaugurado un primero de octubre del año 2016 estando constituido por 163 módulos donde 15 pertenecen a los pequeños microempresarios dedicados al rubro textil , Se conoce que desde los inicios, Diver Plaza, a diferencia de años pasados, viene disminuyendo en las ventas en los negocios que lo conforman. Se calcula que esta disminución habría alcanzado el millón de soles monto menor respecto a otros años pasados. NPI Noticias Piura, (2018). Lo mencionado con anterioridad constituye un problema, el cual está referido a que los comerciantes de este centro comercial, no conocen porqué se están produciendo esos declives en sus ventas, es decir, no conocen cuáles son los factores que están afectando las ventas de los comercios de ese centro de ventas, entre ellos los administrativos, operativos, estratégicos y externos, partiendo de esta problemática que está generando pérdidas y amenazas de abandono de este local porque los dueños de los stand manifiestan que no justifica sus ingresos respecto a sus egresos.

Al no desarrollarse la presente investigación , la cual consiste en estudiar cuáles son los factores de tipo administrativo que probablemente estarían afectando las ventas de las tiendas de los empresarios textiles del centro comercial Diver Plaza se seguirían generando pérdidas económicas que con el transcurso del año están llevarían a que los empresarios textiles que se ubican en el centro comercial Diver Plaza cerrarían sus puestos de trabajo , debido a que no conocen cual es el problema que está afectando a su negocio.

Por lo anteriormente explicado es que se presenta esta investigación que tiene por finalidad realizar un análisis de los factores de tipo administrativo que

probablemente estarían afectando las ventas de las tiendas de los empresarios textiles del centro comercial Diver Plaza, es decir se hará un análisis de cada uno de los procesos administrativos tales como administración de los recursos humanos, económicos, distribución, revisión de metas y objetivos fijados, falta de determinación del segmento de mercado, normas, leyes, infraestructura y otros, para poder detectar dónde están los errores y poder presentar alternativas de solución al problema.

Para esta investigación se tuvieron en cuenta otros trabajos realizados con anterioridad de tipo internacional, nacional y local; los que se describen a continuación:

Gómez (2016) con su investigación cuyo título es Factores que intervienen en el Desarrollo de las Microempresas textiles en la Ciudad de Quetzaltenango – Guatemala. Esta investigación tuvo como propósito analizar cuáles son los principales factores claves que intervienen en el desarrollo de las Microempresas. El estudio tuvo una metodología en la que se aplicó el nivel descriptivo de investigación, tuvo un Diseño no experimental con un enfoque cuantitativo, una población de 80 microempresas, con una muestra de 28, la técnica de recolección de datos que se utilizó fue la encuesta. Se obtuvo como resultado que entre los factores que limitan el crecimiento de estas organizaciones son, la estructura organizativa, factores competitivos y las tecnologías de comunicación e información.

Morales (2014) presenta su investigación denominada, Estudio del desarrollo empresarial y la supervivencia de las micro y pequeña empresa en el sector de fabricación de calzado, ubicadas en la ciudad de Tungurahua, México esta tuvo como finalidad explicar la conexión que existe entre el crecimiento de un negocio y la capacidad de sobrevivir de las empresas con los productos que se encuentran en la ciudad de Tungurahua para así poder desarrollar el crecimiento de la economía en el País. El estudio tuvo una metodología en la que se aplicó el nivel descriptivo, tuvo un Diseño no experimental con un enfoque cuantitativo, una población de 40 microempresas, con una muestra de 18, la técnica de recolección de datos que se utilizó fue la encuesta. Se tuvo como conclusión que los factores de desarrollo empresarial son los activos que poseen las empresas o los llamados bienes tangibles.

Aguilera (2014) presenta su estudio, Primordiales indicadores de progreso empresarial de las Mypes: caso Santiago de Cali – Colombia, la cual tuvo como objetivo Conocer aquellos primordiales aspectos de desarrollo empresarial. Este trabajo tuvo una metodología en la que se aplicó el nivel descriptivo de, tuvo un Diseño no experimental con un enfoque cuantitativo, una población de 50 microempresas, con una muestra 24, la técnica de recolección de datos que se utilizó fue la encuesta. Se tuvo como conclusión que para que las empresas puedan crecer empresarialmente estas deben de seguir los indicadores de progreso para poder mantenerse en el mercado.

También se presenta en el ámbito nacional las investigaciones de:

Canaza (2014) Factores Operativos que limitan el desarrollo de las microempresas textiles en el centro comercial San Pedro en el Cusco, esta investigación tuvo como finalidad determinar cuáles son los problemas administrativos en el crecimiento del micro y pequeñas empresas textiles del mercado ubicado en San Pedro. Este investigación tuvo una metodología en la que se aplicó el nivel descriptivo, tuvo un Diseño no experimental con un enfoque cuantitativo, una población de 50 microempresas, con una muestra 24 la técnica de recolección de datos que se utilizó fue la encuesta. La investigación tuvo un estudio experimental. Se concluyó la investigación que los problemas administrativos se centran en la estructura organizacional y en la habilidad para obtener y desarrollar los recursos necesarios, e incluyen temas relacionados con el personal, las finanzas y la gerencia del negocio.

Cáceres (2015) con su investigación Nivel de profesión del administrador y el desarrollo empresarial de la fabricación y venta de prendas deportivas en la ciudad de Juliaca, el cual tuvo como finalidad determinar cuál es la experiencia profesional del microempresario y la compañía de la producción comercial,. Este trabajo tuvo una metodología en la que se aplicó el nivel descriptivo de investigación, tuvo un Diseño no experimental con un enfoque cuantitativo, una población de 100 microempresas, con una muestra 44, la técnica de recolección de datos que se utilizó fue la encuesta. Se concluyó que la experiencia profesional de los microempresarios y las ventas de ropa deportiva en los centros comerciales fueron bajas.

Vílchez (2016) Propuesta de un modelo de éxito de planeamiento estratégico realizado en la consolidación de las mejores prácticas de ingeniería comercial de las Mypes del sector textil en el rubro confecciones de Lima, La finalidad de esta investigación fue implantar el éxito en la metodología. Otro factor limitante son los aspectos sociales ya que no se tiene información de la participación de estos. Esta investigación tuvo un nivel descriptivo, con un Diseño no experimental y un enfoque cuantitativo, con una población de 80 microempresas, con una muestra 22, la técnica de recolección de datos que se utilizo fue la encuesta Se concluyo que hay en la actualidad una deficiencia de autoestima lo que se ve afectada la motivación laboral y personal.

También a nivel local se presentan las investigaciones de:

Rodríguez (2015) con su estudio Factores que impiden el progreso de las Mypes en la ciudad de Sullana, La investigación tuvo la finalidad de determinar aquellas causas que no dejar tener mejoras a la empresa, Este investigación tuvo un nivel descriptivo, con un Diseño no experimental y un enfoque cuantitativo, con una población de 60 microempresas, con una muestra 27, la técnica de recolección de datos que se utilizo fue la encuesta ; Donde se tuvo como conclusión que las empresas al implementar buenas estrategia de marketing van poder tener un mejor posicionamiento en el mercado y aumentar sus ventas , se obtuvo que los niveles de posicionamiento alcanzado por las mypes están sujetos en una escala del tres punto tres por ciento de mejora ubicando a las empresas en un intervalo de 10 , dentro de las mypes se determinó que los factores de vigilancia y seguridad son los factores que tienen mayor peligro , también se permitió a los clientes estén enterados de todos los servicios de calidad que ofrecen las mypes.

Fernández (2016) Factores Estratégicos que limitan el incremento de las Mypes textiles en el departamento de Piura, perteneciente a la UCV Piura, Perú, tuvo la finalidad de determinar qué factores estratégicos limitan el crecimiento de las mypes textiles en Piura. Esta investigación tuvo un nivel descriptivo, con un Diseño no experimental y un enfoque cuantitativo, con una población de 56 microempresas, con una muestra 33 la técnica de recolección de datos que se utilizo fue la encuesta.

Entre sus conclusiones principales se determinó que las empresas y organizaciones que ansían expandirse internacionalmente deberían establecerse en el mercado con el establecimiento de estrategias de crecimiento para evitar desaparecer.

Ramaycuna (2017) en su estudio Factores que restringen el impulso financiero de las Mypes del distrito de Catacaos – Piura, 2017, tuvo como finalidad establecer cuáles son los factores que restringen el avance financiero de las mypes. La investigación fue descriptiva, correlacional. Tuvo una población conformada por 32 microempresarios del Área de calzado del distrito de Catacaos, la muestra estuvo compuesta de 25 microempresarios, estas mypes por general tienen financiamientos a través de Cajas Municipales con un cincuenta y dos por ciento y banco con un cuarenta y ocho por ciento, el tipo otorgado generalmente es el de capital de trabajo con un treinta y siete por ciento con un plazo de treinta y seis entre seis y doce meses. Se concluyó que el financiamiento de las mypes es a través de cajas municipales y bancos con un plazo estimado de seis a doce meses.

En esta investigación se revisó ciertas teorías relacionadas con las variables a investigar tal es el caso de la variable factores administrativo y crecimiento empresarial en torno al tema de las Mypes que son las micro y pequeñas empresas, las cuales hoy en día tienen un papel fundamental, ya que contribuyen al desarrollo socioeconómico en los sitios donde se localicen estas. Okpara y Wynn (2007) Asegura que en un país con ideas de negocios que se vuelven pequeños negocios, son considerados una fuente muy importante, ya que estos ayudan al desarrollo económico de un país, pues estos atraen puestos de trabajo. Con respecto a lo económicos, cuando un micro empresario desarrolla su idea de negocio y crea su empresa a la medida que va creciendo está genera la adquisición de mayor mano de obra, incrementándose sus ventas y generando un mayor beneficio. Sin embargo, las MYPES están sometidas a una variedad de cambios, los cuales limitan que estas sobrevivan y se desarrollen. Estudios realizados recientemente dan a conocer que existe una tasa de mortalidad por parte de los pequeños microempresarios y se refleja más en los países que se encuentran en desarrollo (Arinaitwe, 2006).

Las MYPES para asegurar su existencia, deben ser creadas a corde a la necesidad del mercado usando estrategias que les permita ,el desarrollo y su existencia (Sauser, 2005) Nos da a conocer que el Perú, la Dirección Nacional del Ministerio

de Trabajo y Promoción del Empleo; Relaciona a las Mypes con el PBI , cuya cifra es el 42% que representa un 98% que integra a las Mypes en el Perú (MTPE, 2013) y el 82 % de la población activa económicamente (MTPE, 2013).Hoy en día la micro y pequeña empresa juegan un rol primordial en la economía de nuestra nación, debido a que el ambiente donde estas se desempeñan obtiene un bajo índice de inestabilidad y fortalecimiento empresarial (Sánchez, 2007).

Consolidando la investigación de Global Entrepreneurship Monitor que se realizó en nuestro país, el cual afirma que 10 millones de ciudadanos de nuestro país, han creado una idea de negocio de los cuales hoy tienen su empresa de los cuales setenta y cinco por ciento tiene un periodo de entre cero y cuarenta y dos meses, y el restante que es el veinte y cinco por ciento sobrepasó este periodo, por lo que se considera una empresa consolidada.

De tal manera este veinte y cinco por ciento, solamente el tres por ciento, ha realizado ideas de negocio propio donde han logrado formar sus empresas desarrollando nuevos productos para ofrecer al mercado (Serida, Borda, Nakamatsu, Morales & Yamakawa, 2005). Es así que estos números contundentes demuestran la insuficiencia que hay para evaluar, las causas que limitan el progreso de la Mypes, estas deben de lograr una igualdad de consolidación en nuestra nación. El tributo que realizan hoy en día las mypes es muy importante sin embargo los estudios actuales revelan que en nuestro país no se han realizado estudios respecto a la evaluación de los factores que limitan el progreso de las mypes. Es por este motivo que se dan a conocer Modelos para el Desarrollo de las Micro y Pequeñas Empresas, ya que conoces mínimos estudios llevados a cabo sobre el crecimiento de las Mypes y también sobre los factores involucrados para las decisiones acerca de su desarrollo, la mayoría de los estudios que se han sido realizados sobre lo que contribuyen tanto las empresas grandes como los microempresarios. De acuerdo con Perren (1999), los causas que impiden en el desempeño de los microempresarios son cuatro donde se tiene : Al desarrollo, la estimulación por el crecimiento, la técnica gerencial para alcanzar dicho desarrollo por último no menos importante el camino de los recursos y la necesidad de mercado. Teniendo como referencia al modelo conceptual del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que se ejecutó en el año 1999 por Babson , tiene como finalidad

diagnosticar cual es el nivel de acción ambiciosa de las naciones y manifestar las causas que lo establecen (Perren , 1999).

Ahora si, a partir de esta parte del capítulo se describirán teóricamente las variables de estudio utilizando el modelo de Ansoff (1965) donde las categoriza:

Entre ellos se encuentran:

- Factores administrativos: que limitan el desarrollo de las Mypes se encuentran aquellos relacionados con la gestión de recursos humanos, actividades contables y financieras, la gestión propia de sus negocios y la capacitación. Las micro y pequeña empresa, por lo general son organizaciones familiares, lo que conlleva que la persona que suplante al fundador de esta, muchas veces, no cuente con una experiencia eficaz requerida para el manejo. Siendo este el motivo por lo cual los empresarios esperan que sus hijos sean los herederos y que en futuro asuman sus empresas. Existe un problema en todas las empresas que es quienes hereden la empresa con conocimientos y experiencias, por lo general no trabajaran igual que sus fundadores. Asimismo, la falta de asesoramiento y de conocimiento de sus colaboradores contribuye a la existencia de micro y pequeñas empresas; El objetivo primordial de todo empresario es tener rentabilidad en sus empresas en el menor tiempo posible, sin una visión, la selección del capital humano también contribuyen al desarrollo de las Mypes, sin embargo los empresarios, brindan solo una capacitación al inicio de cada actividad a los obreros. Con respecto a los estados financieros y contables, al tener una buena administración financiera se convierte en un principal reto la falta de conocimiento en estas situaciones nos conlleva a la informalidad de muchas actividades generando una incertidumbre en sus operaciones financieras. Dentro de una empresa la contabilidad es relevante ya que su objetivo es quedar bien con los tratados tributarios, llevando a cabo una inspección de todos los ingresos en cuadernillos o de forma mental, las operaciones que se realizan son aproximadamente válidos y suficientes a la vez. Okpara y Wynn (2010)
- Factores operativos, estos también obstaculizan el progreso de las Mypes teniendo relación con el mercado, la fabricación y el control de inventarios.

A partir del estudio se puede señalar que, desde el origen de los negocios, los microempresarios al pasar los años perciben el desarrollo de las nuevas micro empresas la cuales les conlleva a efectuar nuevas estrategias que les permitan estar en el mercado. Estas están relacionadas con mejoramiento de la calidad de producción, así como las estrategias de diferenciación, segmentación de mercado y políticas de precio, aspectos que constituyen los principales desafíos para su progreso. Los empresarios poseen investigación básica acerca del control de inventarios, ya que este lo llevan de manera manual trayendo consigo un mayor precio de mano de obra y pérdida de tiempo al registrar los movimientos de ingreso y salida. Uno de los factores más críticos en la implementación de las micro y pequeñas empresas es el desarrollo de sus capacidades con relación a la realización operaciones y logística. Okpara y Wynn (2010)

- Factores estratégicos, los que más resaltan son el acceso a capital, así como también la deficiencia de una visión a largo plazo y también la planificación, el estudio y el conocimiento de mercados, desarrollando una estrategia de las anteriores ayudara a que el empresario pueda estar al margen en sus ventas. Existen empresarios que tienen sus empresas las cuales las administran sin tener sus objetivos bien claros, así como también no tienen una buena visión. Sus proyecciones de los microempresarios son de corto plazo ya que estos solamente proyectan como atender sus compañías por fiestas en el año y es por esto que no, ven estrategias ambiciosas de largo plazo que impulsen a desarrollar sus negocios, también un aspecto limitante en el desarrollo de una MYPE es el capital; ya que las entidades financieras dan acceso a préstamos, pero estas después no los acompañan en su desarrollo. Para poder obtener un primer crédito no se tiene dificultades, pero posteriormente, conforme va desarrollándose la necesidad de obtener más préstamos para poder producir más las empresas en aquí donde las entidades financieras les restringen dichos préstamos. Para que los bancos puedan facilitar cantidades elevadas de dinero estos les piden a los pequeños microempresarios garantías reales que vienen hacer los estados financieros estos también deben de estar formalizados y declarando el cien por ciento de sus operaciones. Okpara y Wynn (2010)

- Factores externos se encuentra que la mayoría de estos aluden la corrupción de igual manera a la informalidad y tecnología, los factores que se mencionan menos pertenecen a la competencia y también al estado, actualmente existe una informalidad por parte de los empresarios ya que estos trabajan sin pagar los respectivos impuestos que les corresponden mostrándose de una manera deshonrosa frente a los microempresarios que si pagan puntualmente. Los microempresarios que no pagan sus impuestos tienen un gran dificultad al realizar cualquier préstamo ante una entidad financiera y si estos llegan a obtener algún empréstito será de un bajo monto .Otro patrón importante en los microempresarios es la tecnología ya que se les es difícil acceder a esta , sabiendo que la competencia en el mercado cada vez es más fuerte , de igual manera otro factor importante es el modo de como compiten los empresarios ya que estos se desarrollan de diferentes formas en el mercado atrayendo los mejores resultados para sus empresas, Okpara y Wynn (2010)

Definitivamente, para que funcionen las decisiones administrativas estos factores tienen que estar acorde con los recursos estructurados de la empresa proporcionando así un buen clima laboral para que estas puedan llegar a sus objetivos, deben de contener temas relacionados con la empresa, con la estructuración de las relaciones de autoridad así mismo de flujos de trabajo y de información (Ansoff, 1965).

Para la segunda variable que es el crecimiento empresarial, según Santiago Martínez (2010) este se desarrolla mediante el límite de una empresa a través de dos ciclos donde su porcentaje puede estar dado en función al número de colaboradores o de los activos ; si hablamos de la micro y pequeña empresa entonces debe establecerse los criterios correspondientes sobre los efectivos, de igual forma los volúmenes del negocio y el balance general , es así que desde esta manera el crecimiento empresarial se mira con el desarrollo o baja del trabajo y también el volumen del negocio entre dos ciclos de tiempo. El crecimiento empresarial es medible a través que pasa el tiempo correspondiente a los activos, el efectivo y los respectivos análisis de los estados financieros comparándolos de esta manera de un año anterior a un año posterior pues también se estudia a través

del cantidad de las ventas que incrementando el capital, favoreciendo el crecimiento de la empresas así también de los colaboradores y las utilidades esto reflejara que la Mype, está desarrollándose, esto será ubicado en los estados financieros.

Según el enfoque (Jordi Margalef, 2016) da a conocer que el crecimiento empresarial no es más que el que se obtiene después de haber ajustado la empresa a un dimensión óptimo; este también es medible a través de la cantidad de ventas en cada periodo también analizando cuales han sido los problemas , aplicando las respectivas estrategias de marketing con varios segmentos del mercado y a la vez buscar nuevos mercados y también innovando los productos e investigando a proveedores que vendan materia prima a precios cómodos y en excelente calidad, también se debe de tener un buena vigilancia de todas las actividades operativas para el beneficio de todos.

Aguilera (2010), da a conocer al crecimiento empresarial como una serie de pasos relativos que otorgan cambios positivos para de beneficio de las Mypes , Por lo dicho , el crecimiento empresarial es aquel que se obtiene mediante el control de actividades operativas , así como el marketing seguido de la tecnología, las estrategias de ventas en un buen ambiente laboral ofrecen seguridad a los clientes, todos estos pasos están a cargo de los colaboradores de la empresa, mediante estrategias planteadas por los gerentes.

El presente proyectó de investigación tiene como pregunta general ¿Cómo se limita el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019? Y como preguntas específicas se tiene ¿En cuánto los factores Administrativos limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019? Así mismos ¿En cuánto los factores operativos limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019? También ¿En cuánto los factores estratégicos limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019? ¿En cuánto los factores externos limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019?

El actual estudio se justifica por qué se quiere demostrar cuales son los factores administrativos que impiden el desarrollo empresarial de los micro empresarios

textiles del centro comercial Diver plaza Piura _ 2019, la cual es muy importante da que beneficiara a todos los pequeños microempresarios ubicados en el centro comercial Diver Plaza, los cuales en estos momentos se hayan desarrollándose empresarialmente trayendo consigo una seri de deficiencias que requieren de una solución pronta , siendo una de ellas la capacitación a los pequeños microempresarios que fabrican prendas ayudando a que estos puedan tener una productividad eficiente y estén acorde con las necesidades y la competencia del mercado estos microempresarios textiles necesitan ayuda del gobierno para poder expandirse a nivel internacional.

El siguiente estudio de investigación tiene como objetivo general determinar los factores administrativos que limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019. Y como objetivos específicos se tiene evaluar los factores administrativos que limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019, evaluar los factores operativos que limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019, evaluar los factores estratégicos que limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019, evaluar los factores externos que limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019.

.

II. MÉTODO

2.1. Tipo

Es descriptivo porque a través de él se puede describir, registrar, analizar e interpretar la situación actual de la empresa y así poder plasmar la mejor solución posible con la información más fiel. Según (Fernández Sampieri,2016), describe en términos metodológicos, consiste en indicar todas las características del fenómeno que se estudia, estos estudios permiten poner de manifiesto los conocimientos teóricos y metodológicos del autor de estudio.

Diseño

El presente estudio muestra un diseño no experimental, el cual tiene un nivel descriptivo de tipo transversal, ya que se realizarán la entrega de los datos en un solo momento. Esta también es cuantitativa porque recogerá y analizará información cuantitativa sobre las variables, en este caso evaluación de factores administrativos que impiden el crecimiento empresarial de las Mypes (Fernández Sampieri ,2016), con diseño no experimental, No se manipularan las variables.

2.2. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADOR
EVALUACIÓN DE FACTORES	Son todos los Factores que influyen en crecimiento y progreso de una micro empresa teniendo pretensiones lucrativas en cual impactará en las diferentes áreas que tenga esta; Estos forman parte de los factores que poseen un carácter administrativo, así como también operativo, estratégico y también externos. (Okpara y Wynn (2007)	FACTORES ADMINISTRATIVOS	Conjunto de fases de los factores administrativos que permitirán conocer la variable a través de la aplicación del instrumento cuestionario.	Autoridad. Flujos de responsabilidad. Flujos de trabajo. Sistemas de distribución Adquisición de recursos.
		FACTORES OPERATIVOS	Es la repartición de una forma eficaz de los recursos de una empresa, los cuales son observados en las áreas funcionales. Se calculará a través de una encuesta	Objetivos operativos y metas. Nivel de uso de áreas de la empresa. Nivel de uso de administración de personal.
		FACTORES ESTRATÉGICOS	Es la habilidad que tienen las MYPES para minimizar sus productos a través de la demanda externa. Se calculará a través de una encuesta	Estrategias de diversificación. Estrategia de expansión. Estrategia financiera. Métodos de crecimiento.
		FACTORES EXTERNOS	Estos se encuentran en la corrupción, también en la tecnología y la disminución de la demanda. Se medirá a través de una encuesta	Infraestructura. Corrupción. Acceso a tecnología.
CRECIMIENTO EMPRESARIAL	Este es medido a través del tiempo o resultados teniendo en cuenta los activos de igual manera el efectivo uniéndose a esta los pertinentes análisis de los estados financieros, los cuales son comparados de un año anterior a uno posterior (Santiago 2010)	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	También conocido como Balance General, este es un instrumento contable que refleja el escenario financiero actual de una entidad económica a una fecha determinada. Se medirá a través de un análisis de documentos	Endeudamiento Liquidez Patrimonio.
		ESTADO DE RESULTADO	Son aquellos estados de pérdidas y ganancias, que muestra de una forma detallada como obtener los resultados de un determinado ciclo. Se medirá a través de un análisis de documentos.	Eficiencia de la administración. Análisis vertical y longitudinal.

2.3 Población, muestra y muestreo.

Población

Para el desarrollo de la siguiente investigación se tiene una población la cual está formada por los 15 Microempresarios que forman parte del centro Comercial Diver Plaza. Este cálculo obtenido se utilizará como muestra de este estudio dado que la cantidad es pequeña y fácil para emplear los instrumentos.

Muestra

Se efectuó el cálculo de la muestra para una población finita, se consideró a toda la población para la realización de la muestra, debido que se trata de una cantidad pequeña.

Muestreo

Microempresarios textiles del centro comercial Diver Plaza -Piura

2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, Validez y Confiabilidad

Técnicas.

- Encuesta:

Esta investigación tendrá como técnica la encuesta, siendo este el medio para poder obtener información vigente es aquí donde el investigador realizará preguntas a todos los encuestados para obtener todos los datos que desee (Díaz, 2001). Para la presente investigación se encuestaran a los pequeños microempresarios textiles que se encuentran ubicados en el centro comercial Diver plaza, Piura.

Instrumento:

Cuestionario

Esta investigación tiene un cuestionario que está formado por 21 preguntas con cuatro dimensiones El cuestionario es un documento formado vinculado a un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, y organizadas este nos ayudará a obtener toda la información que necesitemos para la investigación planteada (Pierre,2015)

- **Análisis documental.**

El presente estudio desarrollará como técnica, al análisis documental, en cual ayudará a efectuar búsquedas para recuperar Información. (Fernández Sampieri, 2016) De los Microempresarios textiles ubicados en el centro comercial Diver Plaza Piura.

Instrumentos.

Guía análisis documental

Es una de las operaciones fundamentales de la cadena documental. El análisis documental es un conjunto de operaciones encaminadas a representar un documento y su contenido bajo una forma diferente de su forma original, con la finalidad posibilitar su recuperación posterior e identificarlo. (Fernández Sampieri, 2016)

Validez

Para el presente estudio se tendrá la validez y confianza de los instrumentos ya realizados y validados de la investigación de (Jacinto, 2017)

Confiabilidad

según el Alfa de Cron Bach, aplicándose a una muestra de 15 Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza -Piura, Para comprobar la confiabilidad del instrumento, se recurrió al método de consistencia interna, donde el coeficiente alcanzo el 0,959, demostrando consistencia.

2.5 Procedimiento

El proceso analítico de los datos de la siguiente investigación obtenidos por medio de la técnica implementada se desarrollará mediante una Matriz de Datos donde se almacenará y seleccionará información recolectada. También se efectuará el uso de Herramientas Tecnológicas de Información, para realizar el procesamiento de los datos, el contenido del material es insertado a una computadora con la finalidad de realizar los cálculos y ediciones correspondientes a fin de demostrar en estadísticas conclusiones y respuestas de los encuestados en la etapa de recolección de datos; esto es accesible por el uso de herramientas y demás programas.

2.6. Métodos de Análisis de Datos

Para la presente investigación se obtendrá datos mediante la aplicación de métodos e instrumentos para la obtención de resultados, los cuales serán incluidos en una base de datos donde se realizarán cuadros con tablas y gráficos los cuales ayudarán con el análisis efectivo de los resultados obtenidos los cuales permitirán tener mejores conclusiones para el estudio sobre la evaluación de los factores administrativos que limitan el crecimiento empresarial de las mypes textiles del centro comercial Diver Plaza Piura- 2019.

2.7. Aspectos Éticos

El actual proyecto de investigación tiene un desarrollo, donde se siguió la objetividad seguida de honestidad y consentimiento por parte del autor y cumpliendo con las normas ISO 690 , según lo señalado por el reglamento de tesis de la UCV Piura , dando a conocer de esta manera datos contundentes y reales en el desarrollo de la investigación “Evaluación de los factores administrativos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza , Piura , 2019.

III. RESULTADOS

Respecto al primer objetivo; Evaluar los factores administrativos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura- 2019.

Tabla N° 1 Factores Administrativos

FACTORES ADMINISTRATIVOS		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total
Indicador	Autoridad	0%	60%	27%	14%	0%	100%
	Flujos de Responsabilidad	0%	24%	10%	33%	34%	100%
	Flujos de Trabajo	3%	10%	34%	30%	23%	100%
	Sistema de Distribución	23%	12%	22%	26%	18%	100%
	Adquisición de Recursos	0%	0%	0%	33%	67%	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

Interpretación:

En la tabla se observa que los empresarios textiles ubicados dentro del centro comer Diver Plaza tienen un indicador alto equivalente al 60 % que casi nunca ejercen Autoridad en sus empresas textiles. Por otro lado con un 24 % los empresarios textiles casi nunca realizan flujos de responsabilidad, mientras tanto con un 34% a veces realizan flujos de Trabajo y estos con un 23 % realizan sistemas de distribución, en tanto en el indicador de adquisición de recursos con un 60% los empresarios siempre están de acuerdo con los recursos que llegan a la empresa para confeccionar las prendas.

Respecto al segundo objetivo; Evaluar los factores Operativos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura- 2019.

Tabla N° 2 Factores operativos

FACTORES OPERATIVOS		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total
Indicador	Objetivos operativos y metas	0%	19%	17%	30%	34%	100%
	Nivel de uso de áreas de la empresa	18%	35%	27%	18%	2%	100%
	Nivel de uso de administración de personal.	0%	15%	37%	24%	24%	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

Interpretación:

En la tabla se observa que los empresarios textiles ubicados dentro del centro comer Diver Plaza siempre tienen en claros los objetivos operativo y metas dentro de sus empresas textiles, mientras tanto existe un déficit de 35 % en el nivel de uso de áreas de la empresa también se observa un déficit de 15 % en el nivel de uso de la administración del personal de los empresarios textiles del centro comercial Diver Plaza.

Respecto al tercer objetivo; Evaluar los factores Estratégicos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura- 2019.

Tabla N° 3 Factores Estratégicos

FACTORES ESTRATEGICOS		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total
Indicador	Estrategias de diversificación	93%	7%	0%	0%	0%	100%
	Estrategias de expansión	0%	27%	24%	16%	33%	100%
	Estrategia financiera	0%	0%	13%	39%	48%	100%
	Métodos de crecimiento	93%	7%	0%	0%	0%	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

Interpretación:

En la tabla se observa que los empresarios textiles ubicados dentro del centro comer Diver Plaza con 93% nunca tienen estrategias de diversificación y con 93 % tampoco métodos de crecimiento, los empresarios textiles con un 33 % siempre tienen estrategias de expansión. Y también tienen siempre 48 % estrategias financieras dentro de sus empresas textiles.

Respecto al cuarto objetivo; Evaluar los factores Externos que limitan el crecimiento empresarial de las Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura- 2019.

Tabla N°4 Factores Externos

FACTORES EXTERNOS		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total
Indicador	Infraestructura	0%	8%	38%	40%	14%	100%
	Corrupción	0%	10%	12%	37%	42%	100%
	Acceso a Tecnología	0%	0%	65%	35%	0%	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

Interpretación: En la tabla se observa que los empresarios textiles ubicados dentro del centro comercial Diver Plaza con un 65 % a veces tienen acceso a la tecnología mientras tanto un 42% dice que existe corrupción en las empresas textiles mientras tanto un 40 % casi siempre están seguros con su infraestructura de sus empresas textiles

Tabla N° 5 Resúmenes de las dimensiones de las variables, factor administrativo, factor operativo, factor estratégico, factores externos.

Dimensión	Indicador	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Total
Factores Administrativos	Autoridad	0%	0%	10%	60%	100%
	Flujos de responsabilidad	0%	24%	10%	33%	100%
	Flujos de Trabajo	3%	10%	34%	30%	100%
	Sistema de Distribución	23%	12%	22%	26%	100%
	Adquisición de Recursos	0%	0%	0%	33%	100%
Factores Operativos	Objetivos operativos y metas	0%	19%	17%	30%	100%
	Nivel del uso de áreas de la empresa.	18%	35%	27%	18%	100%
	Nivel de uso de administración del personal.	0%	15%	37%	24%	100%
Factores Estratégicos	Estrategias de Diversificación.	93%	7%	0%	0%	100%
	Estrategia de Expansión.	0%	27%	24%	16%	100%
	Estrategia Financiera	0%	0%	13%	39%	100%
	Métodos de crecimiento	93%	7%	0%	0%	100%
Factores Externos	Infraestructura	0%	8%	38%	40%	100%
	Corrupción	0%	10%	12%	37%	100%
	Acceso a la Tecnología	0%	0%	65%	35%	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

Interpretación: En la tabla de resumen de las dimensiones se observa que un 60 % de los empresarios textiles siempre tiene autoridad , también se observa que los empresarios un 93 % casi nunca realizan estrategias de diversificación así como también métodos de crecimiento , también se observa un 37% que siempre existe corrupción en las empresas textiles también observa que los empresarios realizan estrategias financieras , estos también siempre realizan flujos de trabajo y de responsabilidad , los empresarios casi nunca realizan estrategias de expansión, se observa también que el nivel de uso de áreas de la empresa a veces es de 35%

IV. DISCUSIÓN

En cuanto al objetivo factores administrativos que impiden el crecimiento de las empresas textiles, se encuentran temas con influencia en el diagnóstico de necesidades de capacitaciones para la mejora organizacional, el uso de técnicas de flujos de trabajo que influyen en el fortalecimiento competitivo de los microempresarios textiles , la sinergia laboral entre proveedores, empresa y cliente con la finalidad de abrirse a nuevos mercados, y por último el empleo de herramientas informáticas para las operaciones logísticas y comunicación. Teniendo en cuenta a Okpara y Wynn (2010) Con su teoría factores administrativos, determinan que entre los factores que limitan el crecimiento de estas organizaciones son, la estructura organizativa, factores competitivos y las tecnologías de la información y comunicación.

En los factores operativos que limitan el crecimiento de los empresarios textiles del centro comercial Diver Plaza, para mantenerse y competir en el mercado extranjero, se revela el escaso compromiso de los colaboradores con los objetivos operativos dentro de sus empresas textiles que tienen los microempresarios, también se manifiesta la necesidad de introducir un sistema de información para la gestión de data responsable. Así mismo, la planificación estratégica por empresa está ausente, no se manifiestan objetivos ni actividades formalmente, dirigiendo a los empresarios textiles a un crecimiento desordenado y no planificado; el personal que labora no es evaluado constantemente para medir su rendimiento y productividad. Teniendo a Okpara y Wynn (2010) En su investigación Factores Operativos , mencionan que los problemas operativos se centran en la estructura organizacional y en la habilidad para obtener y desarrollar los recursos necesarios, e incluyen temas relacionados con el personal, las finanzas y la gerencia del negocio.

Dentro de los factores estratégicos limitantes, pareciera que las estrategias de crecimiento de los empresarios textiles del centro comercial Diver Plaza no son

algo a considerar. La exploración de nuevos mercados donde introducir nuevos diseños de prendas no es una opción para los empresarios textiles consultados. Sin embargo, para Okpara y Wynn (2010) en su teoría Factores Estratégicos, dan a conocer que las empresas y organizaciones que ansían expandirse internacionalmente deberían establecerse en el mercado con el establecimiento de estrategias de crecimiento para evitar desaparecer.

Por último, con respecto a los factores externos, el desinterés por la implementación de programas de apoyo para el mantenimiento y ampliación de las áreas de los empresarios textiles impiden que éstos crezcan y se desarrollen. Así mismo, el Estado pareciera no haber efectuado las medidas necesarias en la innovación de mecanismos que promuevan la capacitación de los microempresarios textiles emprendedores.

V. CONCLUSIONES

1 - Entre los factores administrativos limitantes del desarrollo de los microempresarios textiles del centro comercial Diver Plaza, 2019 , se encontró que los de mayor relevancia están comprometidos con la escasa aplicación de Diagnósticos de Necesidades de Capacitaciones, entendiéndose por este proceso como de cierta importancia para la orientación de la estructuración y desarrollo de planes y programas para la consignación de aprendizajes, talentos y actitudes en los involucrados de las empresas textiles , puesto que su contenido revelaría a los encargados de la toma de decisiones en qué, a quién, cuánto y cuándo capacitar, a fin de cumplir con los objetivos trazados. Así mismo, de acuerdo a los consultados, están desorientados en el tema de Flujos de Trabajo, pues a pesar de aplicar algunas técnicas que sugiere este sistema de forma manual, lo hacen inconscientemente; generando entre variadas limitaciones que la evolución de los flujos de trabajo en los microempresarios textiles no busquen la máxima automatización de procedimientos de trabajo, que no se ahorre tiempo y mejora de la productividad, que no se integren los procesos comerciales con las demás microempresarios textiles entre otros.

2 -Respecto a Sistemas de Distribución, el desinterés de los empresarios textiles por trabajar en conjunto con proveedores y clientes en la promoción de establecimiento de políticas y procedimientos para cumplir con estándares y reconocimientos que brinden mayores oportunidades de exportación, es sin duda, puntos en contra para quienes buscan crecer empresarialmente. Sumémosle a esto, la precariedad en herramientas informáticas para el manejo logístico de las organizaciones y el control casi total de los procesos de carga y descarga de materiales y recursos que se vienen realizando manualmente.

3 - Entre los factores de carácter operacional que contribuyen a las limitaciones de los microempresarios textiles objeto de estudio, primero se encontró la manifestación de los empresarios textiles los cuales manifiestan que sus colaboradores en su mayoría no tienen conocimiento de las metas y objetivos que tienen sus empresas textiles ubicadas dentro del centro comercial Diver Plaza ; es decir, no están involucrados o cercanamente motivados a la causa que persiguen los microempresarios . Además, la información producto de las operaciones y procesos textiles en la empresa, por lo general son tratados, consultados y almacenados ambiguamente, encontrando en estos una oportunidad más, las limitaciones de tecnología en sistemas de información para el

aprovechamiento de data que para el mercado competitivo actual es de vital importancia. Por otro lado, los planes estratégicos en los microempresarios, no solo son ausencias limitantes, además de ello son problemáticas en vista que no se formula y establece formalmente los objetivos y metas por los empresarios textiles .

4 - La evaluación de personal operativo dentro de las empresas textiles, no se concreta hasta la actualidad, esto limita en términos que el perfeccionamiento y mejora de prácticas contribuye en forma positiva la carga en el ambiente laboral. La asignación de presupuestos para la capacitación en el personal encargado de las principales operaciones del negocio no es más que una inversión para la misma empresa textil; ya que no solo se beneficia el empleado, si no, se está contribuyendo directamente al logro los objetivos empresariales.

5 - Entre los factores estratégicos limitantes del crecimiento a los microempresarios textiles, se identificó principalmente aquellos que tienen relación directa con las estrategias propias de crecimiento. Los resultados concluyen en que en las empresas textiles no aplican, ni planifican aplicar estrategias para la creación de nuevos diseños de prendas no relacionados a los actuales para su comercio en los mercados conquistados y nuevos; solo algunos de ellos, venden su producto a los mercados nacionales y otras empresas locales y regionales .

6 - Con respecto a las estrategias de expansión, la aplicación de estrategias de ventas propias del marketing son conocidas y realizadas al menos por la mitad de los microempresarios textiles evaluados , los mismos que se concentran en darles una mayor confianza a los clientes cumpliendo con los estándares de calidad que pide el mercado .

7 - Entre los factores externos encontrados, resalta limitaciones relacionada con la infraestructura de los microempresarios textiles en el centro comercial Diver Plaza. Al menos un tercio de ellos muestran desinterés por la implementación de un programa de mantenimiento y ampliación de sus áreas operativas en sus empresas textiles. En cuanto al tema de corrupción, los microempresarios toman medidas a medias, a pesar que existe probabilidades de incurrir algún echo de tal naturaleza. En tanto en tema del acceso a tecnología más de la mitad de microempresarios tiene acceso a esta en el centro comercial Diver Plaza.

VI. RECOMENDACIONES

A los empresarios textiles del centro comercial Diver Plaza se les recomienda.

1. Forjar oportunidades para su desarrollo, mejorando sus condiciones como microempresarios textiles, a fin de que su capacidad competitiva desarrolle en relación a otras empresas de su rubro. Asimismo, acudir a nuevas formas de préstamo y financiamiento a fin de que puedan crecer. Finalmente, resulta importante que los microempresarios capaciten a su personal en la confección de nuevas prendas, poniéndose a la vanguardia de los cambios y necesidades sociales en el mercado.

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

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

4. La tecnología es claramente un factor limitante para los empresarios textiles del centro comercial Diver Plaza en estudio, por lo que se recomienda facilitar entre los empresarios el acceso a la tecnología apropiada para mejorar sus ventas.

III. REFERENCIAS

AGUILERA, Antonio. Direccionamiento estratégico y crecimiento empresarial: algunas reflexiones en torno a su relación. Pensamiento y gestión, 2010.

AGUILERA, Álamo. y Puerto, Darwin. Crecimiento empresarial basado en la responsabilidad social. Pensamiento y Gestión. 201232, pp.2012
Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/646/64623932002.pdf>

AGUILERA, ALBARO. Principales indicadores de crecimiento empresarial en las pequeñas y medianas empresas: caso Santiago de Cali – Colombia. Revista Internacional de Administración y Finanzas. 2014, Recuperado de: www.scielo.org.co/pdf/tend/v18n1/v18n1a03.pdf

BAUTISTA, Pauli. Factores que inciden en el éxito de las microempresas con mínimo cinco años de existencia del sector terciario del municipio de Arauca. 2013 (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia - Sede Manizales, Colombia. Recuperado de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/9637/>

BERNAL, Celso. Metodología de Investigación. 3.ª ed. Colombia: Pearson Betancourt, B. (2011). Entorno Organizacional, Análisis y diagnóstico. Cali: Universidad del Valle.

BLÁZQUEZ, Ford. Concepto, perspectivas y medida del crecimiento empresarial. Recuperado de: Cáceres, V. (2014). Nivel profesionalización del empresario y el crecimiento Empresarial de la producción y comercialización de ropas Deportivas en la ciudad de Juliaca – 2014. (Tesis licenciatura en Administración y Marketing). Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez, Puno. Recuperado de: <http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/344> 59

CANAZA, Dalí. Las redes empresariales y el crecimiento de las microempresas del mercado central de San Pedro del Cusco – 2014. (Tesis de licenciatura en Administración y Negocios Internacionales). Universidad Alas Peruanas, Cusco. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/Lizbetcc/tesis-danny-lizbet-canaza->

CABRERA, Raúl .. Territorio, Ciclo de vida y Estructura empresarial: Un puente en la industrialización regional (p. 24). Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.

CHARAN, Rali. El crecimiento rentable, un asunto de todos: 10 herramientas prácticas para el crecimiento empresarial (2° ed.). España: Empresa Activa. David, F. 2006. Conceptos de administración estratégica (10° ed.). México: Pearson Educación.

FORCADELL, Joel. El crecimiento empresarial desde el enfoque basado en los recursos. Hacia un modelo integrador. Documentos de trabajo Nuevas tendencias en dirección de empresas. 2007 Recuperado de: <http://catedradiversificacion.unizar.es/contenidos/publicaciones/Elcrecimientoempresarial.pdf>.

GÓMEZ, José. Factores que indican en el crecimiento de las Empresas de Quetzaltenango (Tesis de Licenciatura). Universidad Rafael Landívar. Guatemala. 2013.. Recuperado de: biblio3.url.edu.gt/Temario/2013/01/01/Gomez-Jose.pdf.

HELLRIEGEL, Danton. y SLOCUM, Jaime. Administración: un enfoque basado en competencias (10° ed.). México: Thomson. Hernández, R. Fernández., & Baptista, M (2014). Metodología de Investigación México: Mc Graw Hill

-

ANEXOS

ANEXO N° 1

INSTRUMENTOS



INSTRUMENTO DE CUESTIONARIO

(Evaluación de Factores)

Estimado empresario:

A fin de evaluar cuales son los factores administrativos que limitan el crecimiento empresarial de las mypes textiles del centro comercial Diver Plaza Piura-2019, se ha elaborado esta encuesta para poder recoger información que permita encontrar esa influencia, por lo tanto, le pedimos colaboración en responder la encuesta de manera sincera. Es importante señalar que los resultados de la presente encuesta son de estricto uso de investigación académica, a continuación, sírvase a responder las siguientes interrogantes marcando con un aspa (x):

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

PARTE I: FACTORES ADMINISTRATIVOS

- Autoridad
- Flujos de responsabilidad
- Flujos de trabajo
- Sistemas de distribución
- Adquisición de recursos

N°	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
FACTORES ADMINISTRATIVOS						
1	A. Su empresa tiene una administración que representa los intereses de los demás Socios.					
2	A. Es una característica positiva el desempeño del liderazgo dentro de su empresa.					
3	FR.. Está de acuerdo con las políticas del centro comercial Diver Plaza.					
4	FR. Realizan con frecuencia la aplicación de DNC (Diagnostico de necesidades de capacitación)					
5	SD.Los almacenes garantizan la seguridad requerida para el					

	personal en almacén.					
6	SD. En su empresa, los trabajadores son comprometidos con su trabajo y no suelen ausentarse de sus labores.					
7	SD. Dentro del ámbito del transporte interno, cuenta con métodos que permiten la identificación permanente de los lotes durante su tránsito al centro comercial Diver plaza .					
8	SD. Su actual sistema de distribución garantiza una buenas demandas interna de pedidos.					
9	SD. La integración de la cadena de suministros es una realidad en su empresa.					
10	SD. Se promueven el establecimiento de políticas, procedimientos y estándares en conjunto con los proveedores y clientes con el fin de lograr racionalidad y optimización en la cadena de suministro.					
11	SD. La gestión de cada una de los nuevos modelos de prendas se coordinan por la logística se hace por intermedio del empleo de un software específico para el tratamiento de la información y la ayuda en la toma de decisiones.					
12	SD. Las operaciones de carga y descarga de mercadería se realizan con procesos automatizados con el fin de no producir interrupciones en las operaciones de operación y transporte.					
13	FT. Organiza y controla tareas, recursos y reglas que son necesarias para completar el proceso del negocio.					
14	FT. Las tareas, información y documentos de las actividades que se realizan dentro de su empresa pasan por los colaboradores mediante procedimientos establecidos de forma automática.					
15	FT. Estudian con frecuencia aspectos operacionales de toda la etapa de producción textil en su empresa.					
16	FT. Su empresa aplica técnicas de Worflow en sus actividades.					
17	AR. Los recursos que poseen son los suficientes para realizar su trabajo o actividades diarias.					
FACTORES OPERATIVOS						
<ul style="list-style-type: none"> •Objetivos operativos y metas • Nivel de uso de áreas de la empresa • Nivel de uso de administración de personal 						
18	OYM. Conocen los colaboradores los objetivos de su empresa.					
19	OYM. Se encuentran de acuerdo con los objetivos de su empresa					
20	OYM. Proyectan puntos de referencia diarios, semanales o mensuales.					
21	OYM. Cuentan con algún tipo de medio para procesar la información producto de los procedimientos internos en su empresa					
22	OYM. Proyecta mantener la marca de sus prendas en la mente de sus clientes.					

23	OYM. Proyecta aumentar el volumen de ventas y mejorar el beneficio económico.					
24	NUAE. Documenta formalmente su Plan Estratégico.					
25	NUAE. Formula objetivos y programas de acción dentro de su empresa.					
26	NUAE. La estructura interna de su empresa se enfoca en la investigación y desarrollo de mercados.					
27	NUAP. Registra los controles de personal para efectos de pago de salarios, ausencias, retrasos, disciplina.					
28	NUAP. Elabora informes de remuneraciones, incentivos salariales, beneficios, reclutamiento y selección, entrenamiento de desempeño, higiene, etc.					
29	NUAP. Asigna los cargos directivos previa evaluación de desempeño de sus colaboradores.					
30	NUAP. Evalúan a su personal y colaboradores en general con frecuencia.					
FACTORES ESTRATÉGICOS						
<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de diversificación • Estrategia de expansión • Estrategia financiera • Métodos de crecimiento 						
31	ED. Incorpora nuevos modelos de prendas en su empresa textil, relacionados con el giro de negocio. (Div. Concéntrica)					
32	ED. Incorpora nuevos modelos de prendas en su empresa textil, NO relacionados con el giro de negocio. (Div. Horizontal)					
33	ED. Incorpora nuevos modelos de prendas en su empresa textil, NO relacionados, destinado a clientes potenciales. (Div. Conglomerada)					
34	EE. Utilizan técnicas de marketing para la búsqueda de nuevos clientes. (Penetración de mercados)					
35	EE. Busca como empresa textil nuevos mercados para su producto en otros países (Desarrollo de mercado)					
36	EE. Elabora nuevos diseños de prendas para nuevos mercados. (Desarrollo de producto)					
37	EF. Cuenta con un administrador financiero capacitado para poder enfrenar las necesidades de su tienda.					
38	EF. Establece de manera periódica innovaciones de su diseños de prendas para lograr competitivas en el mercado.					
39	EF. Evalúa periódicamente opciones de financiamiento para invertir en su empresa Textil.					
40	EF. Analiza periódicamente las Razones Financieras					
41	EF. Analiza periódicamente los Estados Financieros para la toma de decisiones.					
42	MC. Planifica plantear una marca potente como empresario textil					

43	MC. Crece a través de fusiones, adquisiciones y alianzas con otros empresarios textiles.					
44	MC. Realiza actividades de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)					
FACTORES EXTERNOS						
<ul style="list-style-type: none"> •Infraestructura • Corrupción • Acceso a tecnología 						
45	INF. Los ambientes donde se realizan los diseños textiles en su empresa tienen las condiciones de infraestructura que se requiere					
46	INF. Los ambientes donde se realizan los diseños textiles tienen el equipamiento que requieren los procesos de operatividad.					
47	INF. Los ambientes donde se realizan las actividades operativas tienen un programa implementado para su mantenimiento, renovación y ampliación.					
48	INF. Su tienda cuentan con los servicios básicos requeridos (Electricidad, telefonía, internet)					
49	CRR. Se han identificado riesgos de corrupción dentro de su empresa.					
50	CRR. Existen políticas explícitas de tolerancia cero respecto de la corrupción.					
51	CRR. Elaboran controles adecuados de registro de activos de su empresa textil para evitar la incidencia de prácticas desleales.					
52	CRR. Se disponen medidas a nivel organizacional dentro su empresa para aplicar políticas anti – corrupción.					
53	ACCT. Su empresa textil cuenta con acceso a líneas telefónicas propias.					
54	ACCT. Su empresa cuenta con acceso a computadores y maquinas diseñadoras.					
55	ACCT. Accede a internet dentro de las instalaciones del centro comercial Diver Plaza para apoyar la administración de su negocio.					

ANEXO 2 CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE :	Jhony Fabian Renteria Aguirre
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN :	“Evaluación de los factores administrativos que limitan el crecimiento empresarial de las mypes textiles del centro comercial Diver Plaza – Piura. 2019”
1.3. ESCUELA PROFESIONAL:	Ingeniería Empresarial
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar) :	Encuesta
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO :	Alfa de Cronbach (X)
1.6. FECHA DE APLICACIÓN :	23 de Octubre del 2019
1.7. MUESTRA APLICADA :	15 Empresarios textiles

II. CONFIABILIDAD

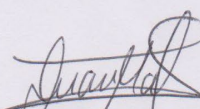
ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	0,959
------------------------------------	-------

III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*Ítemes iniciales, ítemes mejorados, eliminados, etc.*)

Se realizó la prueba de confiabilidad teniendo en cuenta una muestra de 15 empresarios textiles del centro comercial Diver Plaza Piura, a través del instrumento de encuesta, incluyéndolo al programa SPSS, donde arroja un resultado de 0.959, donde se determina que si es favorable la confiabilidad para la Investigación.



Estudiante: Jhony Fabian Rentería Aguirre.
DNI : 48311145



Docente: Juan Manuel Panta Ipanaque
DNI : 47408642

ANEXO 03

Dimensiones de Indicadores	Unidad de Análisis	Técnica	Instrumento
Factores Administrativos	15	Encuesta	Cuestionario
Factores Operativos	Microempresarios		
Factores Estratégicos			
Factores Externos			

Técnica de Recolección de Datos Elaboración Propia, 2019

ANEXO 04
ANALISIS ANUAL DE VENTAS DE LOS EMPRESARIOS TEXTILES DEL CENTRO
COMERCIAL DIVER PLAZA 2018

Cuadro 1

NOMBRE EMPRESA	INGRESO	EGRESO	SALDO
Casa de la moda S.a.c	S/ 29,000.00	S/ 30,100.00	-S/ 1,100.00
Euforia s.a.c	S/ 34,000.00	S/ 33,300.00	S/ 700.00
Estilo A s.a.c	S/ 40,000.00	S/ 38,000.00	S/ 2,000.00
Amore S.a.c	S/ 48,000.00	S/ 48,200.00	-S/ 200.00
Estilo s.a.c	S/ 50,010.00	S/ 49,940.00	S/ 70.00
Flop shop s.a.c	S/ 54,000.00	S/ 56,080.00	-S/ 2,080.00
Megatlas s.a.c	S/ 60,000.00	S/ 61,000.00	-S/ 1,000.00
killir S.a.c	S/ 70,060.00	S/ 69,870.00	S/ 190.00
kabuki s.a.c	S/ 42,000.00	S/ 42,500.00	-S/ 500.00
Pasitos s.a.c	S/ 25,000.00	S/ 25,000.00	S/ 0.00
luces s.a.c	S/ 27,000.00	S/ 27,900.00	-S/ 900.00
zorro kip s.a.c	S/ 21,000.00	S/ 21,700.00	-S/ 700.00
Expresión s.a.c	S/ 20,000.00	S/ 19,100.00	S/ 900.00
Urban guess s.a.c	S/ 23,000.00	S/ 23,100.00	-S/ 100.00
Natural fashion s.a.c	S/ 33,000.00	S/ 33,390.00	-S/ 390.00

En el cuadro 1 se observa los ingresos y egresos de las 15 empresas textiles ubicadas en el centro comercial Diver plaza- Piura , en el se puede observar que 9 de las 15 empresas tienen una pérdida estando en rojo y las otras tienen una ganancia mínima al finalizar el año , lo cual les genera una desconfianza de seguir con sus negocios

ANEXO 05:

Cuestionario de Evaluación de los Factores Administrativos que limitan el crecimiento Empresarial

Ficha Técnica

Autor: Jhony Fabian Renteria Aguirre

Procedencia: Universidad César Vallejo

País: Perú

Año: 2019

Versión: Original en idioma español

Administración: Individual

Duración: 60 minutos (aproximadamente)

Objetivo: Evaluación de los factores Administrativos que limitan el crecimiento empresarial

Dimensiones: contiene

- Factores Administrativos
- Factores Operativos
- Factores Estratégicos
- Factores Externos

ANEXO 6

Evidencias de la ejecución de la encuesta de investigación



ANEXO 07 - TURNITIN

Feedback Studio - Google Chrome
ev.turnitin.com/app/carta/es/?s=&u=1089170091&o=1218508504&lang=es&student_user=1

feedback studio **Jhony Fabian Rentería Aguirre** | EVALUACION DE LOS FACTORES ADMINISTRATIVOS QUE LIMITAN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES TEXTILES D... ?

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL

EVALUACION DE LOS FACTORES ADMINISTRATIVOS QUE LIMITAN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES TEXTILES DEL CENTRO COMERCIAL DIVER PLAZA, PIURA, 2019

TESIS

AUTOR:
RENTERIA AGUIRRE, Jhony Fabian (0000-0000-0000-1-1477)

ASESOR:
MG. CORONADO ZULOETA, Oswaldo Gabriel (0000-0000-0000-2286)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Estrategia y Planificación

Piura - Perú
2019

Resumen de coincidencias ✕

28 %

Se están viendo fuentes estándar

[Ver fuentes en inglés \(Beta\)](#)

Coincidencias

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	17 %	>
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	4 %	>
3	issuu.com Fuente de Internet	3 %	>
4	repositorio.unan.edu.ni Fuente de Internet	1 %	>
5	es.scribd.com Fuente de Internet	1 %	>
6	es.slideshare.net Fuente de Internet	1 %	>

Página: 1 de 30 Número de palabras: 8259 Text-only Report | High Resolution **Activado** 🔍

ES 08:22 p.m. 26/11/2019

ANEXO 08 - MATRIZ DE CONSISTENCIA

TEMA	PROBELA DE LA INVESTIGACION	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS DE LA INVESIGACIÓN	MÉTODO
EVALUACIÓN DE LOS FACTORES ADMINISTRATIVOS QUE LIMITAN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES TEXTILES DEL CENTRO COMERCIAL DIVER PLAZA PIURA- 2019	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental Nivel: Descriptivo Población: 15 Microempresarios Muestra: 15 Microempresarios Técnica recolección de datos: Encuesta Análisis documental. Instrumentos: Cuestionario. Guía. Analices Documental
	¿Cómo se limita el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019?	Determinar los factores Administrativos que limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019	No tiene Hipótesis	
	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICA	
	- ¿En cuánto los factores Administrativos limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019?	Evaluar los factores Administrativos que limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019	No tiene Hipótesis	
	- ¿En cuánto los factores operativos limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019	Evaluar los factores operativos que limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019		
	- ¿En cuánto los factores estratégicos limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019?	¿Evaluar los factores estratégicos que limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019?		
	-¿En cuánto los factores externos limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019?	Evaluar los factores externos que limitan el crecimiento empresarial de la Mypes textiles del centro comercial Diver Plaza de Piura, 2019		

ANEXO 09

TABLAS

DIMENSIÓN FACTOR ADMINISTRATIVO

Tabla N° 1 Autoridad

PREGUNTAS	NUNCA		CASI NUNCA		A VECES		CASI SIEMPRE		SIEMPRE		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
En su empresa tiene una administración que representa intereses de los demás Socios.	0	0%	10	67 %	5	33 %	0	0%	0	0%	15	100%
Es una característica positiva el desempeño del liderazgo dentro de su empresa.	0	0%	8	53 %	3	20 %	4	27%	0	0%	15	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

INTERPRETACIÓN: La tabla se observa Con respecto al desempeño del liderazgo dentro de las organizaciones, un 20% refiere que a veces el liderazgo contribuye a la toma de decisiones que benefician a la mayoría en sus asociaciones, mientras que el 53 % refiere que el liderazgo está casi siempre en beneficio de la organización , mientras tanto un 67 % de los empresarios textiles casi nunca e tiene una administración que representa de los demás socio.

Tabla N° 2 Flujos de Responsabilidad.

PREGUNTAS	NUNCA		CASI NUNCA		A VECES		CASI SIEMPRE		SIEMPRE		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Está de acuerdo con las políticas del centro comercial Diver Plaza.	0	0%	0	0%	0	0%	8	53%	7	47%	15	100%
Realizan con frecuencia la aplicación de DNC (Diagnostico de de capacitación)	0	0%	7	47%	3	20%	2	13%	3	20%	15	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

INTERPRETACIÓN: La tabla se observa que un 47% de los empresarios textiles casi nunca realizan con frecuencia la aplicación de DNC , mientras tanto un 53 % casi siempre están de acuerdo con las políticas que se dan dentro del centro comercial Diver Plaza.

Tabla N° 3 Flujos de Trabajo

PREGUNTAS	NUNCA		CASI NUNCA		A VECES		CASI SIEMPRE		SIEMPRE		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Organiza y controla tareas, recursos y reglas que son necesarias para completar el proceso del negocio.	0	0%	0	0%	3	20%	3	20%	9	60%	15	100%
Las tareas, información y documentos de las actividades que se realizan dentro de su empresa pasan por los colaboradores mediante procedimientos establecidos de forma automática.	0	0%	0	0%	10	67%	5	33%	0	0%	15	100%
Estudian con frecuencia aspectos operacionales de toda la etapa de producción textil en su empresa	0	0%	0	0%	3	20%	7	47%	5	33%	15	100%
Su empresa aplica técnicas de Worflow en sus actividades.	2	13%	6	40%	4	27%	3	20%	0	0%	15	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

INTERPRETACION: El orden y control de tareas, recursos y reglas tienen porcentajes bastante positivos y aceptables al igual que el estudio de aspectos operacionales en su proceso de negocio; aun así, la mayoría de los microempresarios textiles se descuidan en la aplicación de técnicas de flujos de trabajos (67%), técnicas fundamentales para empresas como ellas que compiten en un mercado que sinergia con la automatización de recursos y tiempos. Así mismo, el tránsito de la información interno es automática para la mayoría de los procesos en la empresa.

Tabla N° 4 Sistema de distribución

PREGUNTAS	NUNCA		CASI NUNCA		A VECES		CASI SIEMPRE		SIEMPRE		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Los almacenes garantizan la seguridad requerida para el personal en almacén.	0	0%	0	0%	3	20%	10	67%	2	13%	15	100%
En su empresa ,los trabajadores son comprometidos con su trabajo y no suelen ausentarse de sus labores.	0	0%	0	0%	0	0%	5	33%	10	67%	15	100%
Dentro del ámbito del transporte interno ,cuenta con métodos que permiten la identificación permanente de los lotes durante su tránsito al centro comercial Diver plaza	0	0%	0	0%	9	60%	3	20%	3	20%	15	100%
Su actual sistema de distribución garantiza una buena demandas interna de pedidos.	0	0%	0	0%	8	53%	4	27%	3	20%	15	100%
La integración de la cadena de suministros es una realidad en su empresa .	6	40%	3	20%	1	7%	2	13%	3	20%	15	100%
Se promueven el establecimiento de políticas, procedimientos y estándares en conjunto con los proveedores y clientes con el fin de lograr racionalidad y optimización en la cadena de suministro.	8	53%	3	20%	1	7%	3	20%	0	0%	15	100%
La gestión de cada una de los nuevos modelos de prendas se coordinan por la logística se hace por intermedio del empleo de un software específico para el tratamiento de la información y la ayuda en la toma de decisiones.	5	33%	4	27%	2	13%	4	27%	0	0%	15	100%
Las operaciones de carga y descarga de mercadería se realizan con procesos automatizados con el fin de no producir interrupciones en las operaciones de operación y transporte.	9	60%	4	27%	2	13%	0	0%	0	0%	15	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

INTERPRETACIÓN: Con respecto a logística de las empresas textiles ubicadas en el centro comercial Diver Plaza la mayoría de éstas (67%) siempre garantizan la seguridad en los almacenes de trabajo, la misma percepción se tiene de la distribución de almacenamiento de las prendas de vestir para su ágil tratamiento dentro de las empresas textiles. Casi nunca hay problemas con el abastecimiento de materiales dentro de las mismas, un 60% lo justifica, sin embargo, hay un notorio ausentismo de sinergia laboral entre proveedores y clientes en vista que el 53% de empresarios encuestados manifiesta que nunca han promovido el establecimiento de políticas, procedimientos y estándares con los involucrados del proceso productivo de diseños. La gestión de las actividades que se coordinan por la logística no se hacen por intermedio de un software y maquinas especializadas para este tipo de operaciones, esto se deduce puesto que un 33% de los empresarios encuestadas dicen nunca y 27% casi nunca haber implementado una herramienta informática para la logística interna dentro de le empresa textil. Con respecto a 13 % que lo hace espontáneamente, se manifestó que dichas actividades son tratadas en programas simples de un computador (office). Otros procedimientos relacionados con los sistemas de distribución, dentro del factor administrativo son los procedimientos de carga y descarga de materiales y/o productos; donde el 60% nunca realiza estas operaciones automáticamente y otro 27% casi nunca. A pesar de ello, al menos un 13% manifestó tener maquinaria e implementos para realizar algunas de estas actividades.

Tabla N° 5 Adquisición de Recursos

PREGUNTAS	NUNCA		CASI NUNCA		A VECES		CASI SIEMPRE		SIEMPRE		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Los recursos que poseen son los suficientes para realizar su trabajo o actividades diarias.	0	0%	0	0%	0	0%	5	33%	10	67%	15	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

INTERPRETACIÓN: Los índices abastecimiento de recursos para las operaciones diarias de los empresarios textiles son positivos según consulta a los encuestados. El 75% manifiesta siempre estar con los suficientes recursos para las actividades diarias y otro 33% casi siempre.

DIMENSIÓN FACTOR OPERATIVO

Tabla N° 6 Objetivos Operativos y Metas

PREGUNTAS	NUNCA		CASI NUNCA		A VECES		CASI SIEMPRE		SIEMPRE		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Conocen los colaboradores los objetivos de su empresa .	0	0%	8	53%	6	40%	1	7%	0	0%	15	100%
Se encuentran de acuerdo con los objetivos de su empresa	0	0%	0	0%	0	0%	9	60%	6	40%	15	100%
Proyectan puntos de referencia diarios, semanales o mensuales.	0	0%	0	0%	0	0%	9	60%	6	40%	15	100%
Cuentan con algún tipo de medio para procesar la información producto de los procedimientos internos en su empresa	0	0%	9	60%	6	40%	0	0%	0	0%	15	100%
Proyecta mantener la marca de sus prendas en la mente de sus clientes.	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	15	100%	15	100%
Proyecta aumentar el volumen de ventas y mejorar el beneficio económico.	0	0%	0	0%	3	20%	8	53%	4	27%	15	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

INTERPRETACIÓN: Como primeros indicadores con respecto a la evaluación de los factores operativos tenemos los siguientes resultados. En cuanto al conocimiento que tienen los colaboradores de las diferentes empresas textiles sobre sus objetivos que persigue estas empresas, resulta que para el 53% de los empresarios textiles sus colaboradores no conocen de éstos. Con respecto a que si están de acuerdo con los objetivos establecido por la empresa , tenemos a un 60% que da la razón a estos casi siempre y a un 40 % siempre de acuerdo. Ya entrando a temas de objetivos internos, en cuanto a proyecciones diarias, semanales y mensuales, la totalidad de los empresarios consultados lo hacen, un 60 % casi siempre y el 40 % siempre. El 100% de los empresarios textiles proyectan a mantener la marca de su producto en la mente de sus clientes. Debido a sus capacidades, con respecto a la planificación de aumentar el volumen de ventas y mejorar el beneficio económico el 20 % a veces planifica, mientras que 53% casi siempre planifica.

Tabla N° 7 Nivel de uso de áreas de la empresa

PREGUNTAS	NUNCA		CASI NUNCA		A VECES		CASI SIEMPRE		SIEMPRE		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Documenta formalmente su Plan Estratégico.	8	53%	5	33%	1	7%	1	7%	0	0%	15	100%
Formula objetivos y programas de acción dentro de su empresa.	0	0%	0	0%	10	67%	5	33%	0	0%	15	100%
La estructura interna de su empresa se enfoca en la investigación y desarrollo de mercados.	0	0%	11	73%	1	7%	2	13%	1	7%	15	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

INTERPRETACIÓN: La ausencia de un plan estratégico justifica el 53% de empresarios textiles que no documenta sus objetivos formalmente. El 73% de los empresarios no tienen una estructura interna que se enfoque en la investigación y desarrollo de mercados. Al menos un 33% si formulan objetivos y programas de acciones dentro de las empresas textiles del centro comercial Diver Plaza

Tabla N° 8 Nivel del uso de administración de personal

PREGUNTAS	NUNCA		CASI NUNCA		A VECES		CASI SIEMPRE		SIEMPRE		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Registra los controles de personal para efectos de pago de salarios, ausencias, retrasos, disciplina.	0	0%	0	0%	0	0%	10	67%	5	33%	15	100%
Elabora informes de remuneraciones, incentivos salariales, beneficios, reclutamiento y selección, entrenamiento de desempeño, higiene, etc.	0	0%	0	0%	9	60%	2	13%	4	27%	15	100%
Asigna los cargos directivos previa evaluación de desempeño de sus colaboradores.	0	0%	0	0%	8	53%	1	7%	6	40%	15	100%
Evalúan a su personal y colaboradores en general con frecuencia.	0	0%	9	60%	5	33%	1	7%	0	0%	15	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

INTERPRETACIÓN: La tabla representa el 67% de los empresarios textiles que si registra los controles en varios aspectos de su personal. En cuanto a la evaluación de elaboración de informes de remuneraciones, incentivos salariales, entre otros, el 60 % de las asociaciones lo hace con una recurrencia variada “a veces”. La designación de cargos directivos y de representación en las asociaciones se realiza previa evaluación de desempeño histórico la mayoría de veces que es necesario hacerlo. La evaluación de los colaboradores de las distintas áreas no se realiza casi nunca, un 60 % lo respalda. Mientras que el 33 % restante si evalúa periódicamente a quienes son parte fundamental en su giro de negocio.

DIMENSIÓN FACTOR ESTRATEGICO

Tabla N° 9 Estrategias de diversificación

PREGUNTAS	NUNCA		CASI NUNCA		A VECES		CASI SIEMPRE		SIEMPRE		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Incorpora nuevos modelos de prendas en su empresa textil, relacionados con el giro de negocio. (Div. Concéntrica)	12	80%	3	20%	0	0%	0	0%	0	0%	15	100%
Incorpora nuevos modelos de prendas en su empresa textil, NO relacionados con el giro de negocio. (Div. Horizontal)	15	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	15	100%
ED. Incorpora nuevos modelos de prendas en su empresa textil, NO relacionados, destinado a clientes potenciales. (Div. Conglomerada)	15	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	15	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

INTERPRETACIÓN: La aplicación de estrategias de diversificación no está presente en la mayoría (casi totalidad), De los empresarios textiles, puesto que el 80% de las microempresarios consultados nunca ha incorporado alguna estrategia de diversificación con nuevos diseños. Por otra parte, el 100% de los microempresarios textiles que conforman el centro comercial Diver plaza no aplican estrategias de diversificación horizontal y conglomerada.

Tabla N° 10 Estrategias de expansión

PREGUNTAS	NUNCA		CASI NUNCA		A VECES		CASI SIEMPRE		SIEMPRE		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Utilizan técnicas de marketing para la búsqueda de nuevos clientes. (Penetración de mercados)	0	0%	0	0%	9	60%	4	40%	0	0%	15	100%
Busca como empresa textil nuevos mercados para su producto en otros países (Desarrollo de mercado)	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	15	100%	15	100%
Elabora nuevos diseños de prendas para nuevos mercados. (Desarrollo de producto)	0	0%	1 2	80%	2	13%	1	7%	0	0%	15	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

INTERPRETACIÓN: En cuanto a estrategias de expansión, los empresarios textiles que conforman el centro comercial Diver Plaza comienzan con la utilización y aplicación de técnicas de marketing para llegar a nuevos clientes (60%), otro 40% lo hace casi siempre. Como empresarios en el rubro textil, la búsqueda de nuevos mercados es prioridad. El 100% de los empresarios textiles consultados dicen buscan expandirse con el desarrollo de nuevos mercado con sus diseños actuales. Sin embargo, se nota el desinterés de los involucrados en la elaboración de nuevos diseños de prendas para nuevos mercados; el 80% dice que casi nunca piensan en la aplicación de este tipo de estrategia

Tabla N° 11 Estrategia financiera

PREGUNTAS	NUNCA		CASI NUNCA		A VECES		CASI SIEMPRE		SIEMPRE		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Cuenta con un administrador financiero capacitado para poder enfrenar las necesidades de su tienda.	0	0%	0	0%	0	0%	9	60%	6	40%	15	100%
Establece de manera periódica innovaciones de su diseños de prendas para lograr competitivas en el mercado	0	0%	0	0%	0	0%	6	40%	9	60%	15	100%
Evalúa periódicamente opciones de financiamiento para invertir en su empresa Textil.	0	0%	0	0%	0	0%	6	40%	9	60%	15	100%
las Razones Analiza periódicamente Financieras	0	0%	0	0%	5	33%	4	27%	6	40%	15	100%
Analiza periódicamente los Estados Financieros para la toma de decisiones.	0	0%	0	0%	5	33%	4	27%	6	40%	15	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

INTERPRETACIÓN: La tabla muestra en el primer indicador que los empresarios textiles del centro comercial Diver Plaza encuestados cree contar con un administrador financiero capacitado, el 60% dice que casi siempre y el 40% dice siempre. La evaluación de financiamiento de inversiones es constante, el 33% lo hace casi siempre y el 40% siempre. Las razones financieras son objeto de estudio constante para la toma de decisiones, el 27 % lo casi siempre y otro 40% siempre.

Tabla N° 12 Métodos de crecimiento

PREGUNTAS	NUNCA		CASI NUNCA		A VECES		CASI SIEMPRE		SIEMPRE		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Planifica plantear una marca potente como empresario textil	12	80%	3	20%	0	0%	0	0%	0	0%	15	100%
Crece a través de fusiones, adquisiciones y alianzas con otros empresarios textiles.	15	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	15	100%
Realiza actividades de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)	15	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	15	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

INTERPRETACIÓN: La tabla muestra que el 80 % de los empresarios textiles no plantean tener una marca potente que les ayude a hacerse conocidos en el mercado, mientras un 100% de los empresarios no crece con alianzas con otro empresarios textiles y tampoco realizan actividades de responsabilidad social.

DIMENSIÓN FACTOR EXTERNO

Tabla N° 13 Infraestructura

PREGUNTAS	NUNCA		CASI NUNCA		A VECES		CASI SIEMPRE		SIEMPRE		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Los ambientes donde se realizan los diseños textiles en su empresa tienen las condiciones de infraestructura que se requiere	0	0%	0	0%	5	33%	10	67%	0	0%	15	100%
Los ambientes donde se realizan los diseños textiles en su empresa tienen las condiciones de infraestructura que se requiere	0	0%	0	0%	8	53%	4	27%	3	20%	15	100%
Los ambientes donde se realizan los diseños textiles en su empresa tienen las condiciones de infraestructura que se requiere	0	0%	5	33%	1	7%	8	53%	1	7%	15	100%
Los ambientes donde se realizan los diseños textiles en su empresa tienen las condiciones de infraestructura que se requiere	0	0%	0	0%	9	60%	2	13%	4	27%	15	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

INTERPRETACIÓN: Los ambientes en donde se realizan las actividades operativas de los empresarios textiles tienen en un 33% y 67% casi siempre y siempre las condiciones de infraestructura que se requieren. Un 33% de los empresarios textiles casi nunca tienen implementado un programa de mantenimiento renovación y ampliación de sus áreas operativas. Las oficinas administrativas están equipadas y cuentan con los servicios básicos de comunicación.

Tabla N° 14 Corrupción

PREGUNTAS	NUNCA		CASI NUNCA		A VECES		CASI SIEMPRE		SIEMPRE		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Se han identificado riesgos de corrupción dentro de su empresa .	0	0%	5	33%	1	7%	6	40%	3	20%	15	100%
Existen políticas explícitas de tolerancia cero respecto de la corrupción.	0	0%	0	0%	0	0%	6	40%	9	60%	15	100%
Elaboran controles adecuados de registro de activos de su empresa textil para evitar la incidencia de prácticas desleales	0	0%	0	0%	1	7%	5	33%	9	60%	15	100%
Se disponen medidas a nivel organizacional dentro su empresa para aplicar políticas anti – corrupción.	0	0%	1	7%	5	33%	5	33%	4	27%	15	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

INTERPRETACIÓN: Las incidencias de corrupción en las asociaciones son relativamente pocas. El 33% de los empresarios textiles manifiestan que casi nunca han identificado riesgos de corrupción internamente. El 60% de las asociaciones tienen políticas explícitas de tolerancia cero respecto al tema; y el 60% siempre controla el registro de activos y valores de las organizaciones.

Tabla N° 15 Acceso a tecnología

Preguntas	NUNCA		CASI NUNCA		A VECES		CASI SIEMPRE		SIEMPRE		TOTAL	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Su empresa textil cuenta con acceso a líneas telefónicas propias.	0	0%	0	0%	0	0%	10	67%	5	33%	15	100%
Su empresa cuenta con acceso a computadores y maquinas diseñadoras.	0	0%	0	0%	0	0%	10	67%	5	33%	15	100%
Accede a internet dentro de las instalaciones del centro comercial Diver Plaza para apoyar la administración de su negocio.	0	0%	0	0%	0	0%	9	60%	6	40%	15	100%

Fuente: Elaboración Propia del autor, 2019

INTERPRETACIÓN: La mayoría de los empresarios textiles a pesar del centro comercial Diver Plaza tienen cierto privilegio a acceso de tecnología. EL 67% de los empresarios cuentan con acceso a líneas telefónicas propias, el 67% laboran con computadores para el monitoreo de sus actividades y otro 67% tiene acceso a internet para la administración de sus negocios.