



ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Planeación de un modelo de emprendimiento textil, Lima,
2022

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Administración de Negocios

AUTORA:

De La Cruz Espejo, Delma Maribel (orcid.org/0000-0001-9017-8037)

ASESOR:

Dr. Jiménez Calderón, César Eduardo (orcid.org/0000-0001-7894-7526)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelo y Herramientas Gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA: Desarrollo
económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mí a mi madre, a mi hija Amled, a Alfredo y a Luis, que son las personas que me impulsan a salir adelante, a este último le envié un abrazo al cielo y sé que donde este, está orgulloso de mi.

Agradecimiento

Agradezco en mi primer lugar a Dios, por poner en mí camino a personas que me ayudaron a poder culminar exitosamente esta carrera profesional, al Dr. César Jiménez y a la Dra. Silvia Olivo Valenzuela que me instruyeron y me brindaron sus mejores conocimientos, además agradecer a mi familia que estuvo ahí en todo momento, brindándome su apoyo incondicional.

Índice de contenidos

Caratula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen.....	vi
Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	3
III. METODOLOGÍA.....	9
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	9
3.2. Variables y operacionalización.....	9
3.3. Operacionalización.....	10
3.4. Población, muestra y muestreo.....	10
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	11
3.6. Procedimientos.....	12
3.7. Método de análisis de datos.....	13
3.8. Aspectos éticos.....	13
IV. RESULTADOS.....	14
V. DISCUSIÓN.....	16
VI. CONCLUSIÓN.....	18
VII. RECOMENDACIONES.....	19
REFERENCIAS.....	20
ANEXOS.....	23

Índice de tablas

Tabla 1. Variable Planeación	21
Tabla 2. Dimensión 1 Planeación estratégica	22
Tabla 3. Dimensión 2 Factores internos	23
Tabla 4. Dimensión 3 Factores externos	24

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo principal, diseñar la planeación de un modelo de emprendimiento textil, Lima, 2022. En la parte metodológica se desarrolló una investigación de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental con corte transversal y un nivel descriptivo. Para ello se realizó un muestreo por conveniencia y se eligió a 10 emprendedores a quien se les aplicó la técnica de la encuesta. Asimismo, el cuestionario estuvo compuesto por 14 ítems de la variable planeación, además para las respuestas se aplicó la escala tipo Likert. Como resultado se obtuvo el 60% refiere que a veces percibe la planeación en su emprendimiento y de los cuales el 50% menciona que a veces y el 10% que casi nunca percibe planeación en su emprendimiento. Por lo que se recomienda que realicen una planeación eficiente mediante una herramienta conocida como el FODA y ahí puedan identificar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas a las que se enfrentan, analizando estas herramientas pueden plantear estrategias adecuadas para que así su emprendimiento sea exitoso.

Palabras clave: *Planeación, emprendimiento, estratégica, factores internos, factores externos*

Abstract

The main objective of this research was to design the planning of a textile entrepreneurship model, Lima, 2022. In the methodological part, a quantitative approach research was developed, with a non-experimental design with a cross-section and a descriptive level. For this, a convenience test was carried out and 10 entrepreneurs were chosen to whom the survey technique was applied. Likewise, the questionnaire was composed of 14 items of the planning variable, in addition to the responses, the Likert-type scale was applied. As a result, 60% reported that they sometimes perceived planning in their venture and of which 50% mentioned that sometimes and 10% that they almost never perceived planning in their venture. Therefore, it is recommended that they carry out efficient planning through a tool known as the SWOT and there they can identify their strengths, weaknesses, opportunities and threats they face, analyzing these tools they can propose adequate strategies so that their venture is successful.

Keywords: *Planning, entrepreneurship, strategy, internal factors, external factors*

I. INTRODUCCIÓN

En algún momento de crisis económica, te preguntaste ¿Cómo puedo obtener dinero sin necesidad de trabajar para una empresa y siendo yo el jefe?, pues esa es una de las tantas pregunta que se hacen los emprendedores, personas que tienen un visión amplia de negocios innovadores, competitivos y que a través del tiempo se vuelven sostenibles, generando así un beneficio económico y contribuyendo al desarrollo del país. Asimismo, lo que buscan estos emprendedores es libertad de tiempo para poder estar cerca a su familia y que a la vez generen ingresos. En este estudio, el emprendimiento textil carece de una planeación estratégica, pues no tiene estructurado la misión, los objetivos que son la base para poder tener claro lo que queremos realizar a corto, mediano y largo plazo, es por ello que el emprendimiento necesita desarrollar y aplicar una planeación estratégica centrado en la herramienta del FODA para que puedan identificar las fortalezas y debilidades que son los factores internos de la organización y así también puedan reconocer los factores externos como las oportunidades y amenazas, dado que muchas veces los emprendedores conocen de manera empírica, pero no lo tienen elaborado en un documento o archivo.

A nivel internacional, según GEM los jóvenes entre 18 y 35 años son protagonistas de emprender y esto está representado por el 45.5% de la población. Asimismo según la Ley 1014 de 2006 – Colombia, país donde se fomenta la cultura del emprendimiento, define al emprendimiento, como la forma de pensar, razonar y actuar teniendo una visión global centrado en oportunidades y un liderazgo equilibrado dando así como resultado un beneficio a la empresa, la economía y a la sociedad. Asimismo, en lo que respecta el rubro textil en los últimos años ha crecido exponencialmente, siendo este sector el que más demanda ha requerido en puestos de trabajo, no obstante esta industria hace que muchas personas emprenden por las oportunidades constante que este rubro brinda, desarrollando así una creatividad innovadora diferenciándose del resto de competidores.

En el Perú, según el Instituto Nacional de Estadística Informática la industria textil al año genera más de 400,000 puestos de trabajo directo. Asimismo esta industria es la tercera que más aporta al PBI manufactura. Por otro lado, en el país

contamos con un Proyecto de Ley N° 03582/2013 – CR “Ley de promoción y desarrollo del emprendimiento” que promueve el desarrollo de la creación de empresas innovadoras, competitivas y sostenibles mejorando así la calidad de vida humana, movilizandando los recursos regionales e impulsando el crecimiento económico nacional.

En el ámbito local, un emprendimiento textil que se dedica a la producción y comercialización de prendas de damas en el distrito de Lima – Perú, inició sus operaciones en el año 2019. Las condiciones actuales del negocio son de constitución familiar y no se maneja como una empresa organizada, es decir no está legalmente constituida. Asimismo, carece de una segmentación bien definida, haciendo así que el público objetivo donde se está dirigiendo no sea el adecuado. Por otro lado, tiene una deficiencia en cuanto a lo que respecta producción ya que al ser un proceso tercerizado, los proveedores demoran en los tiempos estimados trayendo como consecuencia la espera tardía hacia los clientes. Además, el negocio actualmente tiene una deficiencia en el sistema de costos ya que no cuenta con un presupuesto empresarial debido a que no se realiza un control de gastos no percibiendo así los suficientes ingresos, todo esto se ha podido visualizar en el emprendimiento pero para que esté más fuerte y pueda detectar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas es necesario poder plasmar toda esta información actual del negocio en un análisis FODA para poder plantear estrategias que puedan ser de mejora para el emprendimiento.

Por consiguiente, el problema General de la presente investigación es ¿Cuáles son los factores que se deben evaluar para diseñar la planeación de un modelo de emprendimiento textil, Lima, 2022? Asimismo se formulan como problemas específicos: a) ¿Cuál es la planeación estratégica de un emprendimiento textil, Lima, 2022?, b) ¿Cuáles son los factores internos para un emprendimiento textil, Lima, 2022?, c) ¿Cuáles son los factores externos para un emprendimiento textil, Lima, 2022?

Por otro lado, la investigación se justificó teóricamente en un enfoque positivista puesto que se busca tener interpretaciones que más adelante serán analizadas. De igual forma en la justificación metodológica se pudo determinar los problemas y los objetivos de estudio y asimismo se utilizó para los datos una

muestra aleatoria de la población de Lima. En lo que respecta a la justificación práctica el estudio servirá de manera beneficiosa al emprendimiento textil para que así puedan tomar decisiones asertivas de acuerdo a las estrategias que se les brindará.

El objetivo general del presente trabajo de investigación es Diseñar la planeación de un modelo de emprendimiento textil, Lima, 2022. Mientras que, en los objetivos específicos consistió elaborar la planeación estratégica de un emprendimiento textil, Lima, 2022, asimismo, elaborar los factores internos de un emprendimiento textil, Lima, 2022; por último, elaborar los factores externos de un emprendimiento textil, Lima, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Viaña (2018) refiere que el enfoque epistemológico positivista, se basa en obtener interpretaciones objetivas del mundo, su enfoque a la realidad es externo, ajeno y por lo tanto puede ser analizada a fin de ser conocida. El pensamiento positivista está relacionado a la visión cuantitativa, a la aplicación del método hipotético deductivo, al carácter peculiar orientado a resultados y el supuesto a objetividad.

Esta investigación tiene un enfoque positivista puesto que se busca tener interpretaciones para que puedan ser analizadas, asimismo su enfoque es cuantitativa ya que se utilizara una medición numérica, el uso de la estadística para determinar los comportamientos de la población.

A nivel internacional, Ninco, Calcino y Alfonso (2021) en su artículo, tuvieron como objetivo establecer los elementos más importantes que debe tenerse en cuenta para un plan de negocio. La metodología que se utilizó fue un estudio descriptivo correlacional, no experimental de corte transversal y su enfoque fue cuantitativo. Se realizaron 440 encuestas a estudiantes universitarios y profesionales. Se obtuvo como resultado que para la creación de una empresa el elemento más importante es el legal, siguiendo como segundo elemento el financiero. A diferencia de los profesionales que estiman al componente estratégico, el de venta y el de mercadeo son los más relevantes.

Mendoza, Estrada y Tanqueño (2021), la investigación tuvo como finalidad elaborar y ejecutar un plan de negocio en Calzado Penipe. Su enfoque fue cualitativo y cuantitativo, su diseño fue cuasi experimental y su enfoque deductivo e inductivo. La técnica que se realizó fue la observación y la encuesta y se realizó a los clientes como también a los empleados de la organización. La muestra estuvo compuesta por 96 personas de las cuales 10 eran colaboradores de la empresa. El resultado fue la aplicación de un plan de negocio logrando así aumentar las ventas y otros aspectos requeridos.

Giraldo y Ovalle (2020), tuvieron como objetivo en su artículo presentar un modelo de gestión curricular en instituciones universitarias mediante los procesos de negocio con un enfoque en la información sensible al entorno. La investigación es proyectiva con un enfoque aplicado. Se obtuvo como resultado una representación formal de la gestión mediante situaciones enriqueciendo la información de los procesos de negocio. Se concluyó que la información asociada es susceptible al contexto y puede afectar la realización de los procesos a la gestión curricular.

Labra, Rivera y Reyes (2019) en su artículo tienen como objetivo analizar el FODA, para poder estudiar la condición actual que se encuentran las organizaciones y poder aplicar el proceso de IC. Se abordó un estudio cualitativo, asimismo se realizó entrevistas semi – estructuradas a 6 organizaciones del rubro del vestido con descripciones similares. Se concluyó que las organizaciones mediante el FODA podrían aplicar el proceso de IC a niveles diferentes, asimismo, las PyMEs investigadas podrían sacarle utilidad a de manera significativa a las prácticas continuas de IC.

Yong & Jaehun (2019) en su artículo tuvieron como objetivo de estudio analizar la importancia de los factores internos y externos para la implementación del desarrollo de una industria textil. El diseño del estudio se desarrolló en dos pasos, el primero fue la composición de la matriz FODA y el segundo el análisis DAFO de estrategias de desarrollo sostenible, además la investigación tuvo un enfoque cuantitativo. Como resultado se obtuvo que el gobierno de Uzbekistán debería esforzarse por actualizar la tecnología obsoleta y resolver los problemas

de las materias primas importadas de alto precio. Se concluyó que Uzbekistán es una industria textil representativa del país que evoluciona constantemente buscando políticas de desarrollo. Asimismo, se formuló un examen cuantitativo del DAFO tomando con preferencias la implementación y planificación de las estrategias.

Gonzales y Rodríguez (2019) definen en su manual de planeación estratégica a la vinculación oficial de la teoría neoclásica en la administración, asimismo, refieren que la planeación es la anticipación de los hechos ya que se puede predecir en cierta parte el futuro. También detallaron que la planificación estratégica de llevar: la elaboración de una reseña histórica, los valores, la misión, la visión, los factores internos (fortalezas y debilidades), los factores externos (oportunidades y amenazas), además se debe plantear estrategias y objetivos y para finalizar la ejecución de la planeación estratégica se debe tener un control y una evaluación.

Arriaga, Ávalos y Martínez (2017) tienen como objetivo en su artículo averiguar las distintas dificultades que atraviesan las pequeñas empresas y de qué manera sobreviven en un mercado variable y potencial. El estudio fue descriptivo y se realizó una muestra por conveniencia a 10 empresas que cumplieran las características de pequeñas empresas en México, asimismo se aplicó el instrumento del cuestionario. Para realizar el diagnóstico se utilizó la herramienta del FODA que permitió ver la situación actual de las pequeñas empresas considerando los factores externos e internos de dichas organizaciones. Como resultado se obtuvo que tienen suficientes conocimientos en lo que respecta a sus productos o servicios, asimismo, como debilidad es que carecen de capital para hacer crecer sus negocios, en lo que respecta a amenazas es que tienen barreras de entrada y por último en oportunidades es que cuentan con la elaboración de un plan de negocios. Por lo tanto, se concluyó que para aumentar el éxito e incrementar el rendimiento en la empresa se debe ofertar y garantizar un buen producto y servicio, hacia un mismo objetivo.

Larios (2017) en su artículo tiene como finalidad reconocer los factores externos e internos que intervienen en el desempeño de las mipymes, asimismo

organizar los procesos del nivel de soporte, operativo y estratégico. Su diseño fue transaccional exploratorio, teniendo como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Se tomó como población a los confeccionistas formales ubicados en el departamento de Lima. Asimismo, se realizaron 91 preguntas con 13 bloques por tema. Los resultados del estudio fueron que el 63% de los encuestados se especializa en la confección de polos generando así que el producto sea de alta competencia. En lo que respecta a los factores externos refiere que el 25% de los encuestados en algún momento formó alianzas con empresas, ONG e instituciones públicas. Se concluyó que el 99.5% de las mipymes en el Perú son formales.

A nivel nacional, Karretero (2018) tuvo como objetivo en su artículo analizar estrategias a un restaurante criollo en Trujillo. Se desarrolló un diseño no experimental con alcance descriptivo y asimismo, se recolectó datos usando la técnica de la entrevista y la observación. Se obtuvo como resultado que los factores internos son relativamente fuertes y mediante ello se podrá desarrollar estrategias eficientes para contrarrestar los factores externos de la organización. Por otro lado, se concluye que la matriz FODA de la organización en estudio cuenta con un sustento lógico y consistente siguiendo puntualmente los pasos aconsejados de la metodología.

Mendoza y Veliz (2018) en su artículo tienen como objetivo comprender el impacto que produce la investigación de mercado por parte de los gerentes de dos organizaciones comerciales en su toma de decisiones. La técnica fue la entrevista que se realizó a 10 de los gerentes generales de las distintas empresas, asimismo también se realizó las encuestas que fue abocado hacia los consumidores. Se obtuvo como resultado que la decisión de compra de los consumidores influye principalmente en la calidad del producto y es representado por un 72.4% de los encuestados, del mismo modo, el 13.8% refiere que su influencia en la compra es por el precio del producto. Y finalmente el otro 13.8% refiere que compran el producto por la atención que reciben en el establecimiento por parte de los colaboradores. Se concluye que para que una empresa tenga éxito va a depender de la investigación de mercado que realicen, que puedan conocer sus principios fundamentales, la importancia que conlleva y así puedan tomar buenas decisiones.

Rosas (2016), en su estudio tuvo como objetivo analizar el planeamiento estratégico en lo que respecta la gestión empresarial. La investigación fue de estudio explicativo no experimental. El muestreo fue no probabilístico. Como resultado se obtuvo que el 44% de los encuestados refiere que el planeamiento es de un nivel regular, el 29% menciona que el nivel de planeamiento no es óptimo y por último el 27% refiere que el planeamiento es óptimo. Se concluye que hay relación directa y significativa del 0.220 entre planeamiento estratégico y gestión empresarial.

Los emprendedores son personas innovadoras, ingeniosas orientadas a los valores sociales y los cambios socio productivos, dado que al ser avezados son capaces de asumir riesgos. Ellos son personas empíricas ya que tienen mucha experiencia y conocimiento en lo que es el rubro al cual se dedican, podemos decir incluso que un emprendedor se encarga de todo el proceso de su negocio, desde la producción hasta la venta y entrega del producto. Muchos emprendimientos se quedan con ese apelativo porque no crecen a través del tiempo, no llegan a formalizarse como empresa, sus ventas son bajas o no han definido bien su público objetivo y eso se debe a que muchos emprendimientos no realizan el análisis FODA que es una herramienta que estudia el estado actual de una persona, empresa entre otros. Es por ello que este estudio lo que busca es que los emprendedores conozcan y utilicen esta herramienta para que puedan plantear estrategias que serán beneficiosas para su emprendimiento. Existen dos factores fundamentales del FODA, los factores internos y los factores externos ambos van ayudar a que tenga el emprendimiento un equilibrio y pueda a mediano plazo ser exitoso.

Detallaremos a continuación modelos y teorías de distintos autores:

Plan de negocio planteado por: Arthur R.deThomas y Lin Gensing – Pophal

Para los autores el propósito del modelo de plan de negocio reúne las siguientes características:

Examinar cautelosamente la industria donde se desea plantear el negocio.

Diseñar un plan con el objetivo de influenciar positivamente en el éxito que tendrá el negocio.

Determinar cautelosamente cada fase del negocio, verificando cada uno de los detalles de la operación, acoplándose así correctamente cada parte del mismo y haciendo que el negocio sea viable.

Reunir información para ver la viabilidad del negocio y el grado de riesgo al que estará expuesto.

Analizar las fortalezas y debilidades del negocio asociado con la competencia, el mercado y los consumidores.

Como refiere Thomas y Lin para tener un plan de negocio exitoso dentro de sus cuatro características menciona que es necesario analizar las fortalezas y debilidades que son los factores internos de una organización.

Asimismo, Thompson y Strikland (1998) determinan que la herramienta del FODA logra mediante las estrategias un equilibrio entre los factores internos (Fortalezas y debilidades) y externos (Oportunidades y Amenazas).

Thompson y Strikland (1985) definen al FODA:

Fortalezas: Es la facultad propia que cuenta la organización, y por el que está en ventaja en cuanto al rival. También son los medios que se controlan mediante las habilidades y capacidades que se tienen y que además se desarrolla positivamente.

Oportunidades: Son factores beneficiosos, bonancibles que se debe hallar en el entorno en el que trabaja la organización.

Debilidades: Son aquellas situaciones negativas que se demuestran frente al rival, además, son habilidades que no se tiene y no se cuenta con muchos recursos, etc.

Amenazas: Son posiciones que vienen de manera externa logrando incluso que afecte directamente su pertenencia a la empresa.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación:

Aplicada; porque en el estudio se utilizaron teorías que servirán de conocimiento para probables soluciones en el campo de la investigación.

Zarza (2015) define como el conocimiento logrado a partir de la exploración que por consiguiente traerán mejora a los pobladores.

Diseño de investigación:

Diseño no experimental de corte transversal - descriptivo; puesto que se almacenó, describió y no se manipuló ninguna variable en un tiempo determinado.

Sáenz (2017) refiere que el diseño no experimental tiene como finalidad recolectar información y que no puede ser manipulada puesto que ya acontecieron y lo cual no se tiene poder. Huamanchuco y Rodríguez (2015) detallan a la investigación de corte transversal al análisis de determinada población de la muestra en un determinado periodo de tiempo.

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Planeación

Gracia (2020) refiere que la planificación para que un negocio sea sostenible es determinar estrategias empresariales que permitan la viabilidad positiva del negocio.

Sánchez (2020) define al FODA como un instrumento esencial para poder realizar un estudio detallado de la situación actual de una persona o empresa de acuerdo a sus fortalezas y debilidades y en el ámbito externo las oportunidades y amenazas.

Arriaga, Ávalos y Martínez (2017) detallan que la herramienta del FODA puede ser estudiada o aplicada en cualquier tipo de ámbitos, asimismo, para tomar decisiones es necesario analizar las variables actuales para mejorar la situación en el futuro. Por lo tanto es FODA, es un diagnóstico que permite ver la situación actual de la organización.

Oña & Vega (2018) refieren que el FODA es una herramienta que ayuda a identificar y direccionar la planificación estratégica de la organización, en donde se determinarán las fortalezas y debilidades que conforman los factores internos y que toda responsabilidad cae sobre la misma empresa, asimismo se cuenta con factores externos como las oportunidades y amenazas que dependen de tendencias externas.

3.3. Operacionalización (ver anexo)

3.4. Población, muestra y muestreo

El estudio se llevó a cabo en el Departamento de Lima y se tomó como población a 10 emprendedores del rubro textil.

Criterios de inclusión:

Emprendimientos del rubro textil

Emprendimientos con mínimo 2 años de antigüedad

Criterios de exclusión:

Emprendimientos que no sea de rubro textil

Se aplicó un muestreo por conveniencia eligiendo a los 10 emprendedores para que puedan realizar la encuesta.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se empleó para la recopilación de información fue la encuesta con el objetivo de lograr los resultados y poder elaborar el informe deseado. En este contexto, López y Fachelli (2015) refieren que a través de la encuesta se podrá analizar la información requerida.

Del mismo modo, el instrumento que se empleó fue el cuestionario, que estuvo constituido por 20 ítems y sus respuestas fueron de tipo Likert. Rosendo (2018) establece que el grupo de interrogantes descritas en el cuestionario deben ser respondidas por el entrevistado.

Tabla 1

Ficha técnica cuestionario de Planeación de un modelo de emprendimiento textil

Nombre Original	La creación de valor a través de la planeación estratégica en microempresas emprendedoras
Autor	Jorge Armando López Lemus, María Teresa De la Garza Carranza
Año	2019
Tipo de Instrumento	Cuestionario
Objetivo	Recolección de información para identificar la planeación y elaborar de manera estratégica los factores internos y externos de un emprendimiento
Administración	Individual
Duración	10 minutos
Aplicación	Directa

Estructura	El instrumento consta de 3 ítems distribuido en 1 dimensiones, con 5 alternativas (Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, Siempre)
------------	---

Tabla 2

Ficha técnica cuestionario de Planeación de un modelo de emprendimiento textil

Nombre Original	SWOT analysis of waste management techniques quantitatively
Autores	Harsimran Singh Sodhi, Doordarshi Singh, Bikram Jit Singh
Año	2020
Tipo de Instrumento	Cuestionario
Objetivo	Recolección de información para identificar los factores internos y externos de un emprendimiento
Administración	Individual
Duración	10 minutos
Aplicación	Directa
Estructura	El instrumento consta de 11 ítems distribuido en 2 dimensiones, con 5 alternativas (Nunca, Casi nunca, A veces, Casi siempre, Siempre)

3.6. Procedimientos

Luego de analizar los cuestionarios validados por un grupo de juicio de expertos, quienes cuentan con la capacidad, claridad y relevancia, se obtuvo la validación para la aplicación de la encuesta ya una vez aceptada la solicitud se procedió a aplicar los cuestionarios que estuvieron conformados por 14 ítems de la variable planeación. La duración aproximada para cada encuesta fue de 10 minutos, luego de recolectada la información se pudo procesar mediante el programa estadístico SPSS 26.

3.7. Método de análisis de datos

En el estudio se recogió, ordeno y almaceno información presentándose los datos mediante tablas, gráficos y cuadros. Asimismo, Rendón, Villasís y Miranda (2016) refieren que la estadística descriptiva se puede resumir de una forma más clara y sencilla, dado que se presenta a través de cuadros, tablas y gráficos.

Se procesó la información del cuestionario mediante el programa estadístico SPSS 26; presentándose mediante tablas, cuadros y gráficos que servirá para verificar el comportamiento de la variable. Además, se utilizó el programa de Microsoft office 2013 para analizar los resultados del promedio y la desviación estándar.

3.8. Aspectos éticos

En esta investigación se tomará en consideración el código de ética de la investigación científica de la Universidad César Vallejo publicado bajo resolución de consejo universitario N°0340-2021/UCV, en donde se plantea como elemento principal al artículo N°9 cuya política anti plagio promueve el respeto de la propiedad intelectual de toda la información que se ha consignado en el presente informe de investigación, por ende se la propiedad intelectual se ha protegido en todo momento, ya que no se ha incurrido a copias y asimismo, se ha mencionado en cada cita textual a cada autor, por otro lado, a los encuestados su nombre se les mantuvo en reserva ya que no fueron expuestos en ningún momento, teniendo así el principio de consentimiento informado.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

Para analizar los resultados descriptivos es necesario desarrollar la variable en estudio que es planeación, la cual se presentara a continuación.

Tabla 1.

Variable Planeación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	1	10,0	10,0	10,0
A veces	5	50,0	50,0	60,0
Casi Siempre	4	40,0	40,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 26.

En la **tabla 1**, se observa que la variable planeación, de los 10 emprendedores encuestados el 60% refiere que a veces percibe la planeación en su emprendimiento y de los cuales el 50% menciona que a veces y el 10% que casi nunca percibe planeación en su emprendimiento.

Resultados descriptivos de la variable planeación por dimensiones

Tabla 2.

Dimensión 1 Planeación Estratégica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	2	20,0	20,0	20,0
A veces	3	30,0	30,0	50,0
Válido Casi Siempre	4	40,0	40,0	90,0
Siempre	1	10,0	10,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 26.

En la **tabla 2**, se puede visualizar que la dimensión 1 planeación estratégica, de los 10 emprendedores encuestados 5 que son representados por el 50% refiere que a veces planean de manera estratégica, siendo este porcentaje acumulado del 20% de casi nunca y el 30% de a veces.

Tabla 3.

Dimensión 2 Factores Internos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi Nunca	1	10,0	10,0	10,0
Válido A veces	2	20,0	20,0	30,0
Válido Casi Siempre	7	70,0	70,0	100,00
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 26.

En la **tabla 3**, se observa que la dimensión 2 factores internos, de los 10 emprendedores encuestados el 30% refiere que a veces percibe los factores internos en su emprendimiento y de los cuales el 20% menciona que a veces y el 10% que casi nunca percibe planeación en su emprendimiento.

Tabla 4.

Dimensión 3 Factores Externos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	6	60,0	60,0	60,0
Válido Casi Siempre	4	40,0	40,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

Fuente: SPSS 26.

En la **tabla 4**, se puede visualizar que la dimensión 4 factores externos, de los 10 emprendedores encuestados 6 que son representados por el 60% refiere que a veces perciben a los factores externos.

V. DISCUSIÓN

En cuanto al objetivo general diseñar la planeación de un modelo de emprendimiento textil, Lima, 2022. De acuerdo con los resultados se obtuvo que el 50% de los encuestados refieren que a veces perciben la planeación dentro de su emprendimiento, asimismo el 40% de encuestados menciona que casi siempre perciben planeación y por último el 10% percibe que casi nunca realiza planeación dentro de su emprendimiento. Estos resultados son similares al de Karretero (2018) que tuvo como objetivo en su artículo analizar estrategias a un restaurante criollo en Trujillo. Se obtuvo como resultado que los factores internos son relativamente fuertes y mediante ello se podrá desarrollar estrategias eficientes para contrarrestar los factores externos de la organización. Por otro lado, se concluye que la matriz FODA de la organización en estudio cuenta con un sustento lógico y consistente siguiendo puntualmente los pasos aconsejados de la metodología.

En cuanto al objetivo específico elaborar la planeación estratégica de un emprendimiento textil, Lima, 2022. Referente a los resultados el 40% refiere que casi siempre planean de manera estratégica, asimismo, el 30% de los encuestados refiere que a veces planean de manera estratégica, el 20% menciona que casi nunca realiza una planeación estratégica y por último, el 10% detalla que siempre realiza una planeación estratégica. Estos resultados son similares al de Ninco, Calcino y Alfonso (2021) que en su artículo, tuvieron como objetivo establecer los elementos más importantes que debe tenerse en cuenta para un plan de negocio. Se obtuvo como resultado que para la creación de una empresa el elemento más importante es el legal, siguiendo como segundo elemento el financiero. A diferencia de los profesionales que estiman al componente estratégico, el de venta y el de mercadeo son los más relevantes.

En cuanto al objetivo específico elaborar los factores internos de un emprendimiento textil, Lima, 2022. De acuerdo a los resultados el 70% menciona que casi siempre perciben a los factores internos, el 20% refiere que a veces perciben a los factores internos, y por último el 10% que casi nunca percibe a los factores internos. Estos resultados son similares al estudio de Yong & Jaehun (2019) en el que su artículo tuvieron como objetivo de estudio analizar la

importancia de los factores internos y externos para la implementación del desarrollo de una industria textil. Se concluyó que Uzbekistán es una industria textil representativa del país que evoluciona constantemente buscando políticas de desarrollo. Asimismo, se formuló un examen cuantitativo del DAFO tomando con preferencias la implementación y planificación de las estrategias.

En cuanto al objetivo específico elaborar los factores externos de un emprendimiento textil, Lima, 2022. De acuerdo a los resultados el 60% refiere que a veces perciben a los factores externos, por otro lado, el 40% menciona que casi siempre perciben a los factores externos. Estos resultados son similares a la investigación de Larios (2017) en el que su artículo tiene como finalidad reconocer los factores externos e internos que intervienen en el desempeño de las mipymes. Como resultado de las entrevistas a los empresarios y expertos del sector, establecieron que los factores externos si impactan en el manejo de las mipymes, asimismo refieren que el 25% de los encuestados en algún momento formó alianzas con empresas, ONG e instituciones públicas.

VI. CONCLUSIONES

- Primero:** En cuanto al objetivo general diseñar la planeación de un modelo de emprendimiento textil, Lima, 2022. Referente a los resultados se obtuvo que la variable planeación, de los 10 emprendedores encuestados el 60% refiere que a veces percibe la planeación en su emprendimiento y de los cuales el 50% menciona que a veces y el 10% que casi nunca percibe planeación en su emprendimiento.
- Segundo:** En cuanto al objetivo específico elaborar la planeación estratégica de un emprendimiento textil, Lima, 2022. Referente a los resultados de la dimensión 1 planeación estratégica, de los 10 emprendedores encuestados 5 que son representados por el 50% refiere que a veces planean de manera estratégica, siendo este porcentaje acumulado del 20% de casi nunca y el 30% de a veces.
- Tercero:** En cuanto al objetivo específico elaborar los factores internos de un emprendimiento textil, Lima, 2022. Referente a los resultados se observa que la dimensión 2 factores internos, de los 10 emprendedores encuestados el 30% refiere que a veces percibe a los factores internos en su emprendimiento y de los cuales el 20% menciona que a veces y el 10% que casi nunca percibe planeación en su emprendimiento.
- Cuarto:** En cuanto al objetivo específico elaborar los factores externos de un emprendimiento textil, Lima, 2022. Referente a los resultados la dimensión 4 factores externos, de los 10 emprendedores encuestados 6 que son representados por el 60% refiere que a veces perciben a los factores externos.

VII. RECOMENDACIONES

- Primero: La planeación es una manera directa de relacionarse con el futuro, es por ello que se necesita realizar una planeación eficiente y utilizar herramientas que sirvan para poder lograr los objetivos planteados. En referente a los emprendedores o personas que recién estén iniciando un negocio, es necesario que realicen una planeación mediante una herramienta conocida como el FODA y ahí puedan identificar sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas a las que se enfrentan, analizando estas herramientas pueden plantear estrategias adecuadas para que así su emprendimiento sea exitoso.
- Segundo: Se recomienda a los emprendedores, que definan de manera clara y concisa la misión, visión y que planteen objetivos a corto, mediano y largo plazo, ya que esto les ayudara a tener una visión amplia de lo que se quiere y desea proyectar.
- Tercero: Se recomienda identificar y elaborar las fortalezas y debilidades de los emprendimientos para que así puedan tener una visión más amplia en lo que tiene positivamente e ir mejorando las debilidades para que se pueda lograr los objetivos planteados.
- Cuarto: Para que los emprendedores puedan mantenerse dentro de la competencia del mercado y puedan enfrentar las situaciones en cuanto al entorno de nuestro país, es necesario conocer y detallar los factores externos en el cual el emprendimiento se pueda ver afectado o beneficiado, para ello se sugiere realizar el FODA para poder conocer las oportunidades y amenazas en el cual está el emprendimiento y poder plantear estrategias teniendo como favor las oportunidades y disminuyendo las amenazas.

REFERENCIAS

Arriaga, F.G., Ávalos, D., y Martínez, D. (2017). Propuesta de estrategias de mejora basadas en análisis FODA en las pequeñas empresas de Arandas, Jalisco, México. *Revista RA XIMHAI*. 13 (3). 417-424.

Delgado, L.D (2020). Desarrollo de un modelo de planeación financiera para una compañía de alimentos utilizando la simulación Monte Carlo. *Revista Entramado*.17 (2). 24-40.

Giraldo, J.E., Ovalle, D.A. Modelado de la gestión curricular basada en procesos de negocio sensibles al contexto. *Revista C EA*. 6(12). 129-146.

Gonzales, J. y Rodríguez, M. (2019). *Manual práctico de planeación estratégica*: Ed. Díaz de Santos.

Labra, O. S., Rivera, G. y Reyes, J. I. (2017). Análisis FODA sobre el uso de la inteligencia competitiva en pequeñas empresas de la industria del vestido. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 21 (1). 78-99.

Larios, R. P. (2017). Estado actual de las mipymes del sector textil de la confección en Lima Ingeniería Industrial. *Revista: Fondo editorial*. 35. 113-137.

López, P. Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona: Bellaterra.

Karretero, E. (2018). Análisis FODA en el sector de hoteles y restaurantes: caso de un restaurante de comida criolla de la ciudad de Trujillo. *Revista Ex Cathedra en negocios*. 3 (1). 81-93.

Mendoza, C.C., Estraño, E.E., Tanqueño, O.P. Plan de negocios para la cooperativa industrial de calzado para fortalecer su imagen corporativa. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES*. 5(18). 122-137.

Mendoza, J., Veliz, M. Impacto que genera la investigación de mercados en la toma de decisiones por la gerencia. *Revista ECA Sinergia*. 9 (2). 68-79.

Rosas, N. (2016). *Planeamiento estratégico y su repercusión en la gestión empresarial del sector turismo de la región Puno, 2015 – 2016*. Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez. Puno, Perú.

Oña, A. P. y Vega, R. K. (2018). Estrategias en organizaciones americanas, una revisión de la última década. 435-446.

Sáez, J. (2017). Fundamentos teóricos, procesos y elementos prácticos.

Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=c3CZDgAAQBAJ&pg=PT23&dq=dise%C3%B1o+no+experimental&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwinidq63Z3eAhUDneAKHbkbDZ8Q6AEIJzAA#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20no%20experimental&f=false>

Sánchez, D. (2020). *Análisis FODA o DAFO*. Bubok publishing: Madrid.

Thompson, A. & Strickland, K.F.C. (1998). *Dirección y administración estratégicas. Conceptos, casos y lecturas*. México: MacGraw-Hill Interamericana.

Thompson, & Strickland. (1985). *Recopilación del libro "Conceptos y Técnicas de la Administración"*. Retrieved Junio 25, 2018, from <http://www.agro.unc.edu.ar/~paginafacu/Catedras/Agroneg/Filminas/ProcDirecEstrateFO DA.pdf>

Valle, A.P. La planificación financiera es una herramienta clave para el logro de los objetivos empresariales. *Universidad y Sociedad*.12 (3).

Yong, K. y Jaehun, P. (2019). A Sustainable Development Strategy for the Uzbekistan Textile Industry: The Results of a SWOT-AHP Analysis. *Sustainability*. 11(17). 4613.

Zarza, C. (2015). Métodos y Pensamiento Crítico 1.

Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=EtBUCwAAQBAJ&pg=PA87&dq=investigacion+correlacional+segun+autores&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiuk9Tj8o7eAhUOr1kKHZJkDJgQ6AEIJzAA#v=onepage&q=investigacion%20correlacional%20segun%20autores&f=false>

ANEXOS

CUESTIONARIO PARA MEDIR LAS DIFERENTES DIMENSIONES DE LA PLANEACIÓN DE UN MODELO DE EMPRENDIMIENTO TEXTIL, LIMA, 2022

Título: Planeación de modelo de emprendimiento textil, Lima, 2022.

Objetivo General: Diseñar un modelo de planeación de un emprendimiento textil, Lima, 2022.

Cuestionario adaptado de: López, J. A., & Garza, M. T. (2020). La creación de valor a través de la planeación estratégica en microempresas emprendedoras. *Contaduría y administración*. 65(3). 09. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2312>.

Sodhi, H. S., Singh, D., & Singh, B. J. (2020). SWOT analysis of waste management techniques quantitatively. *Int. J. Adv. Oper. Manag.*, 12(2), 103-121.

Nota: Expreso mi consentimiento para hacer uso de la información que he marcado en este cuestionario. El cuestionario es anónimo.

Equivalencias: 1=Nunca; 2=Casi nunca; 3=A veces; 4=Casi siempre; 5=Siempre

DIMENSIONES	ÍTEMS	1	2	3	4	5
ESTRATÉGICO	Nuestro emprendimiento cuenta con una misión.					
	Nuestro emprendimiento tiene un proceso de planificación integral y estructurada que establece y regula regularmente las metas a corto y a largo plazo.					
	Se hace inclusión de mejoras continuas de la calidad en el proceso de planificación.					
FACTORES INTERNOS	La calidad de la materia prima afecta su emprendimiento.					
	Cuenta con disponibilidad de la materia prima.					
	Cuenta con automatización de maquinarias.					
	Tienen un programa de capacitación al personal.					

	Cuenta con una disponibilidad de fondos.					
	Existe restricción en disponibilidad de recursos.					
FACTORES EXTERNOS	Investigan continuamente el desarrollo del mercado.					
	Su emprendimiento cuenta con presencia en el mercado.					
	Afectaría su emprendimiento si sube el precio de la materia prima.					
	Las políticas fiscales desfavorecen a su emprendimiento.					
	Tiene alguna demanda legal en su emprendimiento					

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

Título de la investigación: Planeación de un modelo de emprendimiento textil, Lima, 2022.									
Apellidos y nombres del investigador: Lic. Delma Maribel De La Cruz Espejo									
Apellidos y nombres del experto: Dr. César Eduardo Jiménez Calderón									
Cuestionario adaptado de: López, J. A., & Garza, M. T. (2020). La creación de valor a través de la planeación estratégica en microempresas emprendedoras. <i>Contaduría y administración</i> . 65(3). 09. https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.2312 - Sodhi, H. S., Singh, D., & Singh, B. J. (2020). SWOT analysis of waste management techniques quantitatively. <i>Int. J. Adv. Oper. Manag.</i> , 12(2), 103-121.						ESCALA TIPO LIKERT			
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi Siempre	Siempre	
PLANEACIÓN Gracia (2020) refiere que la planificación para que un negocio sea sostenible es determinar estrategias empresariales que permitan la viabilidad positiva del negocio.	ESTRATÉGICA - López y De La Garza (2020) definen a la planeación estratégica como la construcción que favorece a la implementación y alineación de las estrategias tácticas y operativas para alcanzar los objetivos mediante la toma de decisiones.	Misión	Nuestro emprendimiento cuenta con una misión.						
		Objetivos	Nuestro emprendimiento tiene un proceso de planificación integral y estructurada que establece y regula regularmente las metas a corto y a largo plazo.						
		Mejora Continua	Se hace inclusión de mejoras continuas de la calidad en el proceso de planificación.						
	FACTORES INTERNOS - Sánchez (2020) define como un instrumento esencial para poder realizar un estudio detallado de la situación actual de una persona o empresa de acuerdo a sus fortalezas y debilidades	Fortalezas	La calidad de la materia prima afecta su emprendimiento.						
			Cuenta con disponibilidad de la materia prima.						
			Cuenta con automatización de maquinarias.						
		Debilidades	Tienen un programa de capacitación al personal.						
			Cuenta con una disponibilidad de fondos.						

			Existe restricción en disponibilidad de recursos.					
FACTORES EXTERNOS - Oña & Vega (2018) refieren como una herramienta que ayuda a identificar y direccionar la planificación estratégica de la organización, en donde se determinarán los factores externos como las oportunidades y amenazas que dependen de tendencias externas.	Oportunidades		Investigan constantemente el desarrollo del mercado.					
			Su emprendimiento cuenta con presencia en el mercado.					
	Amenazas		Afectaría su emprendimiento si sube el precio de la materia prima.					
			Las políticas fiscales desfavorecen a su emprendimiento.					
			Tiene algún proceso legal en su emprendimiento.					
	Firma del experto: Dr. César Eduardo Jiménez Calderón			Fecha : ___/ ___/ ___				

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Planeación de un modelo de emprendimiento textil, Lima, 2022.								
Apellidos y nombres del investigador: Lic. Delma Maribel De La Cruz Espejo								
Apellidos y nombres del experto: Dr. César Eduardo Jiménez Calderón								
NOTA DE REVALIDACIÓN DE INSTRUMENTO: La adaptación del instrumento de medición de las variables ha sido verificada y firmada por el asesor en señal de conformidad.						OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
PLANEACIÓN Gracia (2020) refiere que la planificación para que un negocio sea sostenible es determinar estrategias empresariales que permitan la viabilidad positiva del negocio.	ESTRATÉGICA - López y De La Garza (2020) definen a la planeación estratégica como la construcción que favorece a la implementación y alineación de las estrategias tácticas y operativas para alcanzar los objetivos mediante la toma de decisiones.	Misión	Nuestro emprendimiento cuenta con una misión.	Ordinal: 1=Nunca 2=Casi Nunca 3= A veces 4=Casi Siempre 5=Siempre				
		Objetivos	Nuestro emprendimiento tiene un proceso de planificación integral y estructurada que establece y regula regularmente las metas a corto y a largo plazo.					
		Mejora Continua	Se hace inclusión de mejoras continuas de la calidad en el proceso de planificación.					
	FACTORES INTERNOS - Sánchez (2020) define como un instrumento esencial para poder realizar un estudio detallado de la situación actual de una persona o empresa de acuerdo a sus fortalezas y debilidades	Fortalezas			La calidad de la materia prima afecta su emprendimiento.			
					Cuenta con disponibilidad de la materia prima.			
					Cuenta con automatización de maquinarias.			
		Debilidades	Tienen un programa de capacitación al personal.					

			Cuenta con una disponibilidad de fondos.									
			Existe restricción en disponibilidad de recursos.									
	<p>FACTORES EXTERNOS - Oña & Vega (2018) refieren como una herramienta que ayuda a identificar y direccionar la planificación estratégica de la organización, en donde se determinarán los factores externos como las oportunidades y amenazas que dependen de tendencias externas.</p>	Oportunidades	Investigan constantemente el desarrollo del mercado.									
			Su emprendimiento cuenta con presencia en el mercado.									
		Amenazas	Afectaría su emprendimiento si sube el precio de la materia prima.									
			Las políticas fiscales desfavorecen a su emprendimiento.									
			Tiene alguna proceso legal en su emprendimiento									
		Firma del experto: Dr. César Eduardo Jiménez Calderón. Doy fe de la fuente científica del instrumento de medición de las variables.						Fecha : ___/ ___/ ___				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de la variable.

PROBLEMA	OBJETIVO	VARIABLE	DIMENSIONES	MÉTODO	POBLACIÓN Y MUESTRA	
<p>GENERAL:</p> <p>¿Cuáles son los factores que se deben evaluar para diseñar la planeación de un modelo de emprendimiento textil, Lima, 2022?</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Diseñar la planeación de un modelo de emprendimiento textil, Lima, 202</p>	Planeación	ESTRATÉGICA	Deductiva	Emprendedores del rubro textil del distrito de Lima.	
				ENFOQUE		
				Cuantitativo		
			FACTORES INTERNOS	TIPO		
				Aplicada		INSTRUMENTO
				NIVEL		
<p>ESPECÍFICOS:</p> <p>a) ¿Cuál es la planeación estratégica de un emprendimiento textil, Lima, 2022?</p> <p>b) ¿Cuáles son los factores internos para un emprendimiento textil, Lima, 2022?</p> <p>c) ¿Cuáles son los factores externos para un emprendimiento textil, Lima, 2022?</p>	<p>ESPECÍFICOS:</p> <p>a) Elaborar la planeación estratégica de un emprendimiento textil, Lima, 2022.</p> <p>b) Elaborar los factores internos de un emprendimiento textil, Lima, 2022.</p> <p>c) Elaborar los factores externos de un emprendimiento textil, Lima, 2022.</p>	FACTORES EXTERNOS	Descriptivo	Cuestionario Escala Likert		
			DISEÑO			
			No experimental y de corte transversal			

	Planeación Estratégica			Factores Internos						Factores Externos					PROMEDIO			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	D1	D2	D3	VARIABLE
1	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	1	3	3	3	3
2	1	2	4	1	1	1	1	2	4	4	4	5	1	2	2	2	3	2
3	3	3	5	3	3	4	3	3	5	3	3	4	3	3	4	4	3	3
4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3
5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
6	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4
7	3	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4
8	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4
9	4	5	4	1	2	2	4	5	4	1	2	2	4	5	4	3	3	3
10	1	2	4	4	5	5	1	2	4	4	5	5	1	2	2	4	3	3



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, JIMENEZ CALDERON CESAR EDUARDO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Planeación de un modelo de emprendimiento textil, Lima, 2022", cuyo autor es DE LA CRUZ ESPEJO DELMA MARIBEL, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

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

LIMA, 06 de Agosto del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
JIMENEZ CALDERON CESAR EDUARDO DNI: 16436847 ORCID 0000-0001-7894-7526	Firmado digitalmente por: JCALDERONCE el 08-08- 2022 16:33:08

Código documento Trilce: TRI - 0396009