



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**“Financiamiento y su relación en el crecimiento empresarial de las
MYPES de la galería Centro de La Moda, La Victoria, Lima 2017”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR:

Carlos Alberto Anton Vargas

ASESORA:

Dra. Gladys Madeleine Flores Concha

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LIMA – PERÚ

2017

PÁGINAS PRELIMINARES

PÁGINA DEL JURADO

Dra. Sáenz Arenas, Esther Rosa
Presidente



Dr. Flores Concha, Gladys Madeleine
Secretaria



Mg. Campos Huamán de Saldaña, Nancy Lilian
Vocal

A Dios, por darme la valentía y optimismo de seguir cumpliendo mis metas, por estar presente en mis triunfos y momentos difíciles.

A mis padres, por ser mi ejemplo, motivo y guía; por transmitirme el deseo de superación y por sus enseñanzas inculcadas que me sirvieron en mi desarrollo universitario.

A mis familiares y amigos que depositaron la confianza en mí, por cada palabra de aliento para continuar

A Dios, por bendecirme, guiarme en el transcurso de mi vida académica, por ser mi motor, mi fortaleza y mi paz en los momentos difíciles.

Agradezco a mis padres, por su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera y por su esfuerzo para lograr ser una profesional.

Agradezco a mis asesores temáticos y metodológicos, por su apoyo y constante exigencia; por transmitirme sus experiencias y conocimientos para el desarrollo de mi investigación.

Declaración de autenticidad

Yo, Antón Vargas Carlos Alberto con DNI N° 76595083, a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Metodología de Investigación Científica, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Lima, 13 de Diciembre de 2017



Carlos Alberto Anton Vargas
DNI: 76595083

Presentación

Señores miembros del jurado calificador:

En cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada "Financiamiento y su relación en el crecimiento empresarial de las MYPES de la galería Centro de La Moda, La Victoria, Lima 2017", la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Contador Público.

Tiene como finalidad demostrar que el financiamiento tiene relación con el crecimiento empresarial de las pequeñas empresas así como informar sobre las ventajas, ofrecerá al evaluar las diferentes alternativas de crecimiento empresarial, el uso adecuado del financiamiento que permitirá a la empresa a no endeudarse y de lograr una mayor competitividad y estabilidad económica.

El presente trabajo de investigación está estructurado bajo el esquema de 8 capítulos. En el capítulo I, se expone la introducción. En capítulo II, se presenta el marco metodológico y método de investigación. En el capítulo III, se muestran los resultados de la investigación. En el capítulo IV, las discusiones. En el capítulo V, las conclusiones. En el capítulo VI, se presenta las recomendaciones. En el capítulo VII y VIII, se detallan las referencias bibliográficas y anexos: el Instrumento, la matriz de consistencia y la validación del instrumento.



Carlos Alberto Anton Vargas

Índice

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autenticidad	vii
Presentación	viii
Resumen	xii
Abstract	xiii
 CAPÍTULO I	
1.1 <i>Realidad Problemática</i>	19
1.2 <i>Trabajos previos</i>	20
1.2.1 <i>Financiamiento</i>	20
1.2.2 <i>Crecimiento empresarial</i>	24
1.3 <i>Teorías relacionadas al tema</i>	24
1.3.1 <i>Teoría científica del financiamiento</i>	24
1.3.2 <i>Base Teórica de financiamiento</i>	25
1.3.3 <i>Teoría científica de crecimiento empresarial</i>	28
1.3.4 <i>Base teórica de Crecimiento empresarial</i>	29
1.3.5 <i>Marco Conceptual</i>	30
1.4 <i>Formulación del problema</i>	34
1.4.1 <i>Problema General</i>	34
1.4.2 <i>Problemas Específicos</i>	34
1.5 <i>Justificación del estudio</i>	34
1.6 <i>Objetivos</i>	35
1.6.1 <i>Objetivo General</i>	35
1.6.2 <i>Objetivo Específicos</i>	35
1.7 <i>Hipótesis</i>	36
1.7.1 <i>Hipótesis general</i>	36
1.7.2 <i>Hipótesis Específicas</i>	36
 CAPÍTULO II	
2.1 <i>Tipo de estudio</i>	38
2.2 <i>Diseño de Investigación</i>	38
2.2.1 <i>No experimental</i>	38
2.2.2 <i>Transversal</i>	38
2.2.3 <i>Correlacional</i>	39
2.2.4 <i>Nivel de investigación</i>	39
2.2.5 <i>Enfoque</i>	39
2.3 <i>Variables, Operacionalización</i>	39

	xi
2.3.1 Variable independiente: Financiamiento.....	39
2.3.2 Variable dependiente: Crecimiento Empresarial	40
2.3.3 Cuadro de Operacionalización de variables	41
2.4 Población, muestreo y muestra.....	42
2.4.1 Población.....	42
2.4.2 Muestreo.....	42
2.4.3 Muestra.....	42
2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	44
2.5.1 Técnica de recolección de dato.....	44
2.5.2 Instrumento de recolección de dato	44
2.6 Métodos de análisis de datos.....	47
2.6.1 Prueba de normalidad.....	47
2.6.2 Distribución de frecuencias	47
2.6.3 Prueba de Hipótesis.....	48
2.7 Aspectos éticos.....	49
CAPÍTULO III	
3.1 <i>Análisis de confiabilidad del instrumento</i>	51
3.1.1 <i>Financiamiento</i>	51
3.2 <i>Análisis de confiabilidad del instrumento</i>	54
3.2.1 <i>Crecimiento Empresarial</i>	54
3.3 <i>Análisis de Resultados</i>	57
3.4 <i>Validación de Hipótesis</i>	89
3.4.1 Prueba de normalidad.....	89
3.4.2 Prueba de Hipótesis general	91
3.4.3 Prueba de Hipótesis específica 1	92
3.4.4 Prueba de Hipótesis específica 2.....	93
CAPÍTULO IV	
<i>Discusión</i>	94
CAPÍTULO V	
<i>Conclusiones</i>	98
CAPÍTULO VI	
<i>Recomendaciones</i>	99
CAPÍTULO VII	
REFERENCIAS.....	101
CAPÍTULO VIII	
<i>Anexo N° 1: Matriz de consistencia</i>	104
<i>Anexo N° 2: Validación de Instrumentos por expertos</i>	105
<i>Anexo N° 3: Base de Datos</i>	109
<i>Anexo N° 4: Autorización del conglomerado</i>	110

Índice de Tablas

Tabla N° 01 <i>Escala de Likert</i>	45
Tabla N° 02 <i>Juicio de expertos</i>	45
Tabla N° 03 <i>Rango de Fiabilidad</i>	46
Tabla N° 04 <i>Rango de correlación Rho de Spearman</i>	48
Tabla N° 05 <i>Criterio ético</i>	49
Tabla N° 06 <i>Procesamiento de casos de financiamiento</i>	52
Tabla N° 07 <i>Estadística de fiabilidad de financiamiento</i>	52
Tabla N° 08 <i>Validación itens por itens de financiamiento</i>	53
Tabla N° 09 <i>Procesamiento de casos de crecimiento empresarial</i>	55
Tabla N° 10 <i>Estadística de fiabilidad de crecimiento empresarial</i>	55
Tabla N° 11 <i>Validación itens por itens de crecimiento empresarial</i>	56
Tabla N° 12 <i>Aporte representantes legales</i>	57
Tabla N° 13 <i>Recursos de familiares</i>	58
Tabla N° 14 <i>Reserva de las ganancias</i>	59
Tabla N° 15 <i>Reserva para Deudas</i>	60
Tabla N° 16 <i>Venta de muebles</i>	61
Tabla N° 17 <i>Venta de inmuebles</i>	62
Tabla N° 18 <i>Autofinanciamiento para actividad empresarial</i>	63
Tabla N° 19 <i>Autofinanciamiento para compra de activos</i>	64
Tabla N° 20 <i>Préstamo bancario para activos fijos</i>	65
Tabla N° 21 <i>Crédito bancario para capital de trabajo</i>	66
Tabla N° 22 <i>Línea de crédito para capital de trabajo</i>	67
Tabla N° 23 <i>Línea de crédito para obligaciones</i>	68
Tabla N° 24 <i>Crédito proveedores para actividad de operación</i>	69
Tabla N° 25 <i>Compra de activos por leasing</i>	70
Tabla N° 26 <i>Renovación de contrato leasing</i>	71
Tabla N° 27 <i>Técnicas de venta</i>	72
Tabla N° 28 <i>Gasto de publicidad</i>	73
Tabla N° 29 <i>Diversificar de mercadería para cliente actuales</i>	74
Tabla N° 30 <i>Innova nuevos productos</i>	75
Tabla N° 31 <i>Internet medio para canalizar mercadería</i>	76
Tabla N° 32 <i>Mercadería a nivel internacional</i>	77
Tabla N° 33 <i>Mercadería a nivel nacional</i>	78
Tabla N° 34 <i>Productos nuevos diferente a la línea de la empresa</i>	79

Tabla N° 35 <i>Actividades nuevas diferente a la línea de la empresa</i>	80
Tabla N° 36 <i>Actividad de fabricación para comercializar</i>	81
Tabla N° 37 <i>Integra al giro del negocio del proveedor</i>	82
Tabla N° 38 <i>Nuevos productos a la línea de la organización</i>	83
Tabla N° 39 <i>Actividades nuevas al giro del negocio</i>	84
Tabla N° 40 <i>Actividad distinta al rubro</i>	85
Tabla N° 41 <i>Nuevos producto diferente al giro del negocio</i>	86
Tabla N° 42 <i>Tabla cruzada entre financiamiento y crecimiento empresarial</i>	87
Tabla N° 43 <i>Tabla cruzada entre fuente propia y crecimiento empresarial</i>	87
Tabla N° 44 <i>Tabla cruzada entre fuente ajena y crecimiento empresarial</i>	88
Tabla N° 45 <i>Prueba de normalidad de financiamiento y crecimiento empresarial</i>	41
Tabla N° 46 <i>Prueba de normalidad dimensiones de financiamiento</i>	42
Tabla N° 47 <i>Prueba de normalidad dimensiones de crecimiento empresarial</i>	42
Tabla N° 48 <i>Correlación entre financiamiento y crecimiento empresarial</i>	42
Tabla N° 49 <i>Correlación entre fuente propia y crecimiento empresarial</i>	42
Tabla N° 50 <i>Correlación entre fuentes ajenas y crecimiento empresarial</i>	42

INDICE DE FIGURAS

Figura N° 01 Grafico de barra del financiamiento por aporte del representante legal	57
Figura N° 02 Grafico de barra de recursos precedente de familiares	58
Figura N° 03 Grafico de barras de la financiación por reserva legales	59
Figura N° 04 Grafico de barras de la reserva legal para financiar deudas	60
Figura N° 05 Grafico de barras del financiamiento por ventas de bienes muebles ..	61
Figura N° 06 Grafico de barras del financiamiento por ventas de bienes inmuebles	62
Figura N° 07 Grafico de barras del financiamiento para la actividad empresarial. ...	63
Figura N° 08 Grafico de barras del financiamiento para compra de activos	64
Figura N° 09 Grafico de barras de préstamos bancarios para activos fijos	65
Figura N° 10 Grafico de barras de los créditos bancarios para capital de trabajo ...	66
Figura N° 11 Grafico de barras de la línea de crédito para capital de trabajo	67
Figura N° 12 Grafico de barras de la línea de crédito para cubrir obligaciones	68
Figura N° 13 Grafico de barras del crédito de proveedores para la actividad de operación	69
Figura N° 14 Grafico de barras de la compra de activos fijos por leasing	70
Figura N° 15 Grafico de barras de la renovación del contrato leasing	71
Figura N° 16 Grafico de barras de técnica de ventas para maximizar ganancias. ..	72
Figura N° 17 Grafico de barras de gasto de publicidad para ventas de productos. .	73
Figura N° 18 Grafico de barras de la diversificación de mercadería para clientes actuales.	74
Figura N° 19 Grafico de barras de la mejora de la mercadería para satisfacer necesidades	75
Figura N° 20 Grafico de barras del internet como medio para canalizar la mercadería.	76
Figura N° 21 Grafico de barras de la comercialización de mercadería a nivel internacional.	77
Figura N° 22 Grafico de barras de la comercialización de mercadería a nivel nacional.....	78
Figura N° 23 Grafico de barras de productos distinto a la línea de la organización. 79	79
Figura N° 24 Grafico de barras de actividades distintas al giro del negocio para obtener liquidez.....	80
Figura N° 25 Grafico de barras de comercialización y fabricación de los productos 81	81
Figura N° 26 Grafico de barras de la integración al giro de negocio del proveedor. 82	82
Figura N° 27 Grafico de barras de la adición de nuevos productos en base a la línea	

de la empresa	83
Figura N° 28 Grafico de barras de actividades nuevas complementarias al giro del negocio	84
Figura N° 29 Grafico de barras de actividades distintas al rubro de la empresa	85
Figura N° 30 Grafico de barras de productos totalmente diferente al objeto social de empresa.....	86

Resumen

El presente trabajo de investigación, tiene por objetivo determinar de qué manera el financiamiento se relaciona con él y Crecimiento Empresarial de las mypes de la galería Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017. La importancia del estudio radica en la necesidad que existe en la empresas al momento de invertir, dado que el sector mypes manifiesta problemas al solicitar financiamiento por ser empresas en crecimiento el riesgo al fracaso es mayor, por lo que las instituciones financieras imponen regularidades al cobro en exceso del monto solicitado razón por lo cual se ha tratado de buscar diferentes soluciones para que las empresas obtengan recursos donde puedan aumentar la productividad y el crecimiento empresarial.

El tipo de estudio utilizado es aplicado con un nivel descriptivo de diseño correlacional no experimental, transversal. La población está constituida por un total de 55 empresas la muestra está compuesta por 50 personas de área contable y finanzas. La técnica que se usó es la encuesta y el instrumento de recolección de datos, el cuestionario fue aplicado a las mypes Para la validez de los instrumentos se utilizó el criterio de juicios de expertos y además está respaldado por el uso del Alfa de Cronbach; la comprobación de las hipótesis realizó con la prueba del Rho Spearman.

En la presente investigación se llegó a la conclusión que el financiamiento tiene relación con el crecimiento empresarial de las mypes de la galería Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017.

Palabras claves: financiamiento, crecimiento, empresarial

Abstract

The objective of this research work is to determine how the financing relates to it and Business Growth of the mypes in the gallery Santo Domingo, La Victoria, Lima 2017. The importance of the study lies in the need that exists in the companies when investing, since the mypes sector shows problems when requesting financing because it is a growing company, the risk of failure is greater, so that financial institutions impose regularities on collection in excess of the amount requested, which is why it has been look for different solutions for companies to obtain resources where they can increase productivity and business growth.

The type of study used is applied with a descriptive level of non-experimental, transversal correlational design. The population is constituted by a total of 55 companies, the sample is composed of 30 people from accounting and management. The technique that was used is the survey and the data collection instrument, the questionnaire was applied to the mypes. For the validity of the instruments the criterion of expert judgments was used and it is also supported by the use of Cronbach's Alpha; the verification of the hypotheses made with the Rho Spearman test.

In the present investigation, it was concluded that the financing is related to the business growth of the mypes of the Centro De La Moda gallery, La Victoria, Lima 2017.

Keywords: financing, growth, business

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

En el contexto internacional respecto al financiamiento en América Latina solo el 15% de los créditos del sistema financiero tiene como destino el sector mypes, siendo estas las responsables de cerca del 80% del empleo en la región. Si bien pocas empresas latinoamericanas logran obtener financiamiento; el nivel de préstamo para mypes es relativamente alto, evidenciando no solo un problema de la oferta o poca disponibilidad de recursos. Sino por incumplimiento de los estándares, que determinan afectando la capacidad del acceso al financiamiento. (Cepal, 2013)

En el contexto nacional, los resultados de la encuesta a micro y pequeñas empresas del periodo 2013, realizado a 5145 empresas sobre el financiamiento, Indican que el 67.4%,9.7%,22.8% de las empresas encuestadas destinaron para uso de capital de trabajo, inversión en activo fijo y el restante declaro haber usado para ambos fines respectivamente. De los cuales las mypes que declararon no estar conforme con el financiamiento obtenido indican que el 85.9% el principal motivo fue los altos intereses, 36.8% altas comisiones, 20.1% no otorgar el monto solicitado, 10.7% periodo de gracia muy corto, 2.7% porque le dieron muy tarde el financiamiento. (INEI, 2013). Lo que hoy en día COFIDE ha permitido tener una gran presencia en el mercado financiero de atención a las mypes; mediante la intermediación financiera, apoyando el crecimiento y buscar la reducción de barreras de acceso al financiamiento a través de la administración de fideicomisos y comisiones de confianza

En el contexto local la mypes de la galería Centro de la moda busca financiarse con el propósito de aumentar el capital de trabajo, la adquisición de nuevos activos y expandir por el mercado. La necesidad de la empresa se fija en solicitar préstamos a las entidades financieras, ante esto existen limitaciones, debido que las empresas, estando en crecimiento el riesgo mayor. Lo cual requiere un aval. En la actualidad, los representantes legales que en muchos casos son negocios familiares, carecen de cultura financiera al solicitar financiamiento; debido a los montos requeridos en exceso, suelen endeudarse sin poder responder a las obligaciones, además al temor de cambios cuando se habla a introducirse a nuevos mercados y expandirse abriendo locales en el mismo mercado

1.2 Trabajos previos

Se encontraron las siguientes tesis en las universidades: Universidad Católica Los Ángeles – Chimbote, Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo – Chiclayo - Tacna, Universidad Técnica de Ambato - Ecuador, Universidad Nacional De Trujillo, Universidad de las Fuerzas Armadas Ecuador, Universidad de Chile –Chile.

Pilar (2015), presentó la tesis titulada: “Participación del financiamiento en la gestión económica y financiera de las empresas comerciales del Perú: Caso Mype imprenta Romisa EIRL de Chimbote 2013”, para optar el título de Contador Público en la Universidad Católica Los Ángeles – Chimbote.

Señala que el objetivo general de su investigación es “Conocer y describir como participa el financiamiento en la gestión económica y financiera de las empresas comerciales del Perú. Caso Mype imprenta Romisa EIRL de Chimbote 2013”.

El autor concluye que el financiamiento le permite atender las necesidades de flujo de caja y optimizar su activo de capital ya que le asegura una adecuada administración de ingresos y gastos, así mismo, tomar decisiones acertadas y oportunas, en efecto la participación del financiamiento mejora positivamente la gestión económica y financiera de la imprenta Romisa EIRL.

Así mismo concluye que el principal problema que esta pequeña empresa afronta es el difícil acceso a recursos financieros, debido al alto costo de interés que cobra y los demasiados requisitos y trámites que solicita el sistema bancario, ya que considera muy riesgoso otorgarles un préstamo.

Además, concluye que las MYPE suele solicitar préstamos a las cajas municipales de ahorro y crédito en donde no les solicita muchos trámites, pero la evaluación que les realiza es su capacidad de pago y según ello le prestan, y por ser una MYPE no son aptos para un préstamo grande

Kong y Moreno (2014), presentó la tesis titulada: “Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las mypes del distrito de San José-Lambayeque en el periodo 2010-2012”, para optar el Título de Licenciado en Administración de Empresas en la Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo – Chiclayo

Señala que el objetivo general de su investigación es “Determinar la influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las mypes del distrito de San José en el periodo 2010-2012”.

El autor concluye que las fuentes de financiamiento han influenciado de manera positiva en el desarrollo de las mypes del distrito de San José, gracias a que dichas fuentes les han permitido acceder a créditos para financiar sus inversiones en capital de trabajo, activo fijos y tecnología, impulsándolos a una mejora tanto en su producción como en sus ingresos, ya que ahora cuentan con un mejor inventario para ofrecer a sus clientes

Así mismo concluye que las mypes han respondido favorablemente al financiamiento recibido por las diferentes fuentes de financiamiento, ya sea por un ahorro personal o por la participación de entidades financieras, pero pese a este progreso aún persiste una carencia de cultura crediticia, una falta de gestión empresarial, escasos recursos económicos y una falta de asesoramiento en temas comerciales, estos son aspectos que limitan a muchos emprendedores de poder invertir en nuevas tecnologías que les pueda generar una reducción en costos y un mejor margen de ingreso.

Además, concluye que gran parte de las mypes se han mantenido en un estado de equilibrio, limitando su capacidad gestora al destinar efectivamente su financiamiento, pero que pese a ello tanto su producción como sus ingresos son los que mayor impacto han tenido gracias al financiamiento obtenido, que en su mayoría fue de fuentes externas. Aunque existe una proporción de emprendedores que gracias a sus ahorros generaron empresa para tener una fuente de ingreso permanente, frente a las bajas en su actividad principal como la pesca y construcción naval que destaca en el Distrito.

Tello (2014), presentó la tesis titulada: “Financiamiento del capital de trabajo para contribuir al crecimiento y desarrollo de la micro y pequeña empresa comerciales en el distrito de Pacasmayo”, para optar el título de contador público, en la Universidad Nacional De Trujillo.

Señalan que el objetivo general de su investigación es “Determinar el grado de financiamiento en el capital de trabajo de la micro y pequeña empresa comercial del distrito de Pacasmayo para contribuir al crecimiento y desarrollo”.

El autor concluye que las mypes del distrito de Pacasmayo enfrentan un problema en el limitado financiamiento por parte de los bancos el mismo que restringe su crecimiento y desarrollo; siendo las entidades No Bancarias como las cajas Municipales, Cajas Rurales, Cooperativas de Ahorro y Créditos, Financiera las que otorgan con una mayor política de financiamiento.

Así mismo concluye las mypes que financiaban su capital con capital ajeno generaron mayor rentabilidad. En general los empresarios encuestados manifiestan que están conforme con la rentabilidad obtenida, por estar por encima de los valores esperados.

Carrillo (2015), presentó la tesis titulada: “Análisis de las fuentes de financiamiento y el crecimiento financiero de la empresa LOMBARDIA S.A”, para optar el Título de Magister en Gestión Financiera, Desarrollada en la Universidad Técnica de Ambato - Ecuador.

Señalan que el objetivo general de su investigación es “Determinar la relación del análisis de las fuentes de financiamiento en el crecimiento financiero de la empresa LOMBARDIA de la ciudad de Ambato”

El autor concluye que la empresa de calzados LOMBARDIA S.A., Recurre a endeudarse por consecuencias de las políticas de sus cuentas por cobrar, ya que el financiamiento cubre parte del capital de trabajo denotando un alto nivel de riesgo al tener que sustentar su actividad de operación y no de inversión. Lo que pone en manifiesto que la idea del financiamiento es endeudarse para generar rentabilidad.

Así mismo concluyen que al analizar los indicadores respaldados en estados financieros se llega a concluir que la liquidez es un factor de relevancia en el manejo financiero ha disminuido en el año 2014. La rentabilidad en particular en la inversión ha disminuido, en casi 2 puntos y es consecuencia de que el dinero ajeno no está siendo destinado directamente a generar productividad, más bien está comprometiendo el patrimonio. Es por eso que se puede llegar a determinar que “LOMBARDIA” carece de crecimiento financiero en el tiempo, más bien es vulnerable y riesgoso.

Mina (2015), presentó la tesis titulada: “Propuesta de estrategias de financiamiento para el crecimiento y expansión de la empresa Floricola Florany S.A del 1 de enero de 2014 al 31 de diciembre de 2014”, para obtener el título de Ingeniera en Finanzas, Contadora Pública - Auditora en la Universidad de las Fuerzas Armadas Ecuador.

Señala que el objetivo general de su investigación es “Realizar una propuesta de estrategias financieras para el análisis financiero para la expansión de la Empresa Floricola Florany S, A”.

El autor concluye que la mejor fuente de financiamiento tomando en cuenta el endeudamiento con una institución financiera, aportes de socios y una fusión, de acuerdo al estudio realizado y verificado los resultados obtenidos, la empresa cuenta con pocos recursos propios como para acceder con sus propios fondos a la expansión, por lo que se estableció que la mejor fuente de financiamiento se obtiene de la deuda a largo plazo.

Así mismo concluye que la empresa tiene competencia a nivel nacional y a nivel internacional. Lo cual exige que la empresa como tal mantenga su productividad y la competitividad, puesto que solo sus altos niveles de calidad, le permitirán crecer en el mercado.

Paniagua (2013), presentó la tesis titulada: “Impacto del financiamiento bancario en el crecimiento de las empresas formales Chilenas”, para optar el Título de Ingeniero Civil Industrial desarrollada en la Universidad de Chile.

Señala que el objetivo general de su investigación es “Caracterizar el

acceso de las empresas al financiamiento bancario e identificar y cuantificar el impacto que esta fuente de financiamiento bancaria tiene en el crecimiento de las empresas formales chilenas”.

El autor concluye que el financiamiento bancario afecta de forma positiva al crecimiento de las empresas, a través de las inversiones, es decir las empresas que poseen financiamiento bancario invierten más, y estas inversiones a su vez promueven el crecimiento de las mismas empresas por ende se afirma que Existe una relación directa entre el financiamiento y el crecimiento empresarial.

Así mismo concluye que el crédito bancario también promueve la reinversión de las empresas, donde empresas que tienen acceso al financiamiento bancario reinvierten una proporción mayor de sus ganancias en la misma, que aquellas empresas que no tienen acceso al crédito bancario .De esta forma se inicia un ciclo virtuoso entre financiamiento bancario y financiamiento interno beneficiado particularmente a las empresas más pequeñas ya que al poseer un crédito bancario las reinvierten más, siendo de estas forma más confiables para los bancos al poseer un capital que las respalde.

Además, concluye que el bajo acceso de las empresas más pequeñas al financiamiento bancario se debe principalmente a su informalidad, que conlleva a altas asimetrías de información, procesos de obtención de crédito burocráticos, mayores exigencias y por tanto mayores costos de financiación. Estas entidades económicas son hoy en día el motor de la economía en cuanto a la generación de empleo, producción, innovación y emprendimiento, por lo que la dificultad que presentan para acceder al financiamiento formal, es uno de los problemas y obstáculos para alcanzar de forma adecuada el desarrollo del país.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Teoría Científica de financiamiento

Teoría científica de Financiamiento

Según Durán (como se citó en Modigliani y Miller, 1958), sostiene que el valor de la empresa, costo de capital y la rentabilidad que se requiere en los proyectos de inversión es independiente de su estructura de capital, estableciendo una superación de las decisiones empresariales

entre inversión y financiación. (p.186).

Teoría de Fuente de Financiamiento

Ortega (2007), sostiene que la teoría fue creada por Stewart Myres en 1984 e indica que los inversionistas externos disponen de poca información sobre la situación financiera de la entidad, Cuando la sociedad quiere emitir nuevas acciones, los inversionistas pueden creer, equivocadamente o no que la compañía emite acciones porque los directivos piensan que están sobrevaloradas. (p.58).

1.3.2 Base teórica de financiamiento

Financiamiento

Casanovas y Beltran (2013), el financiamiento son aquellos mecanismos o modalidades en los que incurre la empresa para proveerse de recursos, sean bienes o servicios, a determinados plazos y que por lo general tiene un costo.

Flores (2013), menciona que “es la captación de recursos financieros como son obtención de capital, prestamos, créditos obtenidos y su aplicación eficiente de estos recursos, con la finalidad de lograr los objetivos trazados de una empresa. (p.10).

De este modo el autor sostiene que las empresas cuando obtiene mucha demanda y desean ampliar su crecimiento para poder ganar territorio en el sector en donde está trabajando, muchas veces recurren a las entidades financieras para adquirir préstamos, recurren al financiamiento para incrementar sus activos fijos. Además del mejoramiento de su actividad e incrementar la producción.

Aplicación Tributaria

Para Lira (2016) la legislación tributaria, los intereses pagados se pueden registrar como gasto, lo que reduce el monto imponible. Por lo tanto, el impuesto a la renta que se paga a la Sunat disminuye significando que se tendrá más efectivo, en términos financieros, los gastos financieros sirven como escudo fiscal a la empresa. (p.22).

Fuentes de Financiamiento

Lira (2016), Existen tres maneras en que la empresa reúne los fondos necesarios para financiar la adquisición de activos y proveer de capital de trabajo. La primera se origina por los fondos de la empresa, como las utilidades que se retienen, el segundo proviene de los fondos

adicionales que se piden a los accionistas, y la última se deriva del dinero que se obtiene de terceros como proveedores, familia e instituciones financieras. (p. 20).

Vera, Hernández y Déniz (2013) se puede clasificar en dos grandes grupos: fuentes de financiación propias y fuentes financiación ajenas. La financiación propia, a su vez, se puede subdividir en: financiación interna y externa. Por su parte la financiación ajena que por su propia naturaleza es de carácter externa, habitualmente se suele clasificar en: fuentes a corto plazo y fuentes a mediano y largo plazo. (p.173).

Las fuentes de financiamiento para una organización que desee optar recursos son: el pasivo y capital (Guajardo & Andrade, 2012, p. 300).

Pasivo

Guajardo y Andrade (2012), "El pasivo comprende las obligaciones que una entidad económica contrae como consecuencia de operaciones o transacciones pasadas, existiendo dos tipos de pasivos: a corto plazo y a largo plazo, en función al tiempo en que se vencen las obligaciones de pago". (p.300).

Capital

Guajardo y Andrade (2012), Son las aportaciones efectuadas por los accionistas de la empresa, es decir representa el patrimonio de los accionistas, el cual está conformada por las propias aportaciones efectuadas más la utilidad generada por el negocio que no se hayan repartido en forma de dividendo. (p.306).

Financiación a Largo Plazo

Es un acuerdo formal para proveer fondos por más de un año y que en su mayoría es para una mejora, que beneficiara a la compañía y aumentara las ganancias". (Padilla, 2012, p.308).

Financiación a Corto Plazo

Flores (2013), Es cuando la gerencia financiera, obtiene recursos financieros para aplicarlos en forma inmediata a las obligaciones contraídas que vence en un plazo máximo de un año. (249).

Financiación Interna

Padilla (2012), la "fuentes de financiamiento internas sobresalen las aportaciones de los socios o capital, que se divide en dos grupos: capital social

común y capital social preferente”. (p.311).

Capital social común

Padilla (2012), Es aquel aportado por los accionistas o fundadores y por aquellos que puedan invertir en el manejo de la organización. Tiene la facultad de intervenir en la administración de la empresa, por medio de voz y voto en la asamblea general de accionistas. (p.311).

Capital social Preferente

Flores (2013) menciona que “son aquellas acciones que confieren privilegio en: derecho al pago de beneficios, derecho en las distribuciones activas en caso de la disolución de la sociedad. (p.238).

Para Padilla (2012), Las acciones preferentes forman parte del capital contable de la empresa y su posesión da derecho a las utilidades después de impuesto de la empresa, y a los activos de las mismas, hasta cierta cantidad en caso de liquidación (p.314).

Utilidades Retenidas

Para Padilla (2012), Es la fuente de recurso más importante con que cuenta una empresa, aquellas que generan gran monto de utilidad, con relación a las ventas y conforme a sus aportaciones de capital, se divide en dos grupos: utilidades operativas y reservas de capital. (p.314).

Utilidades de Operación

Son las que genera la empresa como resultado de su operación natural, siendo las fuentes más importantes de recursos con la que cuenta una empresa, teniendo una relación directa con la eficiencia de la operación y la calidad de su administración. (Padilla, 2012, p.315).

Financiación Externa

Hipoteca

Padilla (2012), Es un traslado condicional de propiedad sobre un bien que es otorgado por el prestatario (deudor) al prestamista (acreedor) con la finalidad de garantizar el pago de una deuda. (p.316).

Bonos

Padilla (2012), Son instrumentos de deuda a largo plazo, emitidas por las empresas que participan en el mercado de valores con el objetivo de obtener financiamiento, usadas por las empresas para invertirlos en proyecto. (p.317).

Pagare

Flores (2013), Documento de crédito que representa la promesa de pago de una cantidad de dinero en un plazo determinado, puede ser normativo, a la orden o al portador, es un instrumento crediticio más empleado por la banca (p.249).

Carta Fianza

Flores (2013), es un documento emitido por un banco a través del cual este garantiza ante terceros a una persona determinada, sea cliente o no del banco, comprometiéndose a pagar, en caso de incumplimiento, hasta por el monto señalado en el contrato. (p.249).

1.3.3 Teoría Científica de crecimiento empresarial

Según Gareth (2013), la teoría institucional del crecimiento empresarial posee 3 segmentos (p.314).

Crecimiento Organizacional

Es la etapa donde la empresa desarrolla habilidades y competencias que les permita adquirir recursos adicionales, donde el crecimiento ayuda a la empresa a aumentar la división de trabajo y especializarse en consecuencia, desarrollar una ventaja competitiva. (Gareth, 2013, p.314).

Ambiente Institucional

Es el conjunto de normas y valores que rigen el comportamiento en una población de empresas. Es decir las empresas de una población que

están sometidas a reglas, como resultado se consideran legítimas y capaces de atraer recursos y mejorar su probabilidad de supervivencia, así para que una nueva organización logre y fortalezca su legitimidad es imitando las metas, estructura y cultura de organizaciones exitosas de su población. (Gareth, 2013, p.315)

Teoría Institucional

Gareth (2013), Es el proceso mediante el cual las empresas de una población se vuelven más parecidas o semejantes. (p.315).

1.3.4 Base teórica de crecimiento empresarial

Definición crecimiento empresarial

Rojo y Gaspar (2013) Son los objetivos que conducen a la situación deseada de crecimiento apoyándose de una estrategia empresarial, buscando el progreso, la evolución, y la continuidad empresarial, es decir todo cambio cuantitativo o cualitativo en la empresa que repercuta en un incremento en sus beneficios". (p.43).

Ley N° 30506 (20.12.2016)

El presente decreto legislativo tiene por objeto establecer el Régimen MYPE Tributario -RMT que comprende a los contribuyentes a los que se refiere el artículo 14° de la Ley del Impuesto a la Renta, domiciliados en el país; siempre que sus ingresos netos no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable. Resultan aplicables al RMT las disposiciones de la Ley del Impuesto a la Renta y sus normas reglamentarias, en lo no previsto en el presente decreto legislativo, en tanto no se le opongan.

Constitución política del Perú 1993

Artículo 59°.- El estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. El ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, ni a la salud, ni a la seguridad pública. El estado brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades.

Financiamiento y su Relación con el Crecimiento Empresarial

Para establecer y poner en camino un plan de negocio se requiere recursos

económicos, en un primer plano el micro y pequeñas empresas siendo estas creadas en su gran mayoría por negocios familiares con poco recurso para comenzar a desarrollar su actividad, es necesario buscar fuentes de financiamiento que proporcionen los recursos necesarios para su función.

El acceso al financiamiento es una de las barreras que afecta el crecimiento de las pequeñas empresas y el nivel de productiva, las mismas que en parte mayor contribuyen con el desempleo en el país, a comparación con las empresas medianas el acceso al financiamiento bancario es relativamente alto debido al tiempo de su actividad, el nivel de riesgo al fracaso es bajo, en un financiamiento por partes de las instituciones financieras. El financiamiento en las pequeñas empresas genera intereses altos debido al riesgo que se presenta, a esto se suma cantidad del monto solicitado generando incertidumbre en poder cubrir el endeudamiento. Más el historial crediticio es casi imposible para una pequeña empresa acceder a un financiamiento.

Por tal razón, el estado se ha visto en la necesidad de implementar nuevos mecanismos que aporten al desarrollo de los pequeños negocios que son los que tienen una mayor intervención en el sector económico, Cofide como banco de segundo piso ,canaliza los recursos a través de las instituciones financieras teniendo como beneficiario final a las mypes ,asimismo. Apoya el crecimiento en la reducción de barreras de acceso al financiamiento.

Es por esto que, la relación directa entre el financiamiento y el crecimiento empresarial es la falta de oportunidad con que suelen convivir los pequeños empresarios que buscan crecer y desarrollar su empresa.

1.3.5. Marco Conceptual

Aportes Propios

Para Longenerker, Petty, palich y hoy.(2013), el “aportes propios es la fuente de financiamiento más común mediante capital para iniciar una nueva empresa, a la que debe permitírsele un pequeño margen de error. Podrá afrontar los cuantiosos pagos fijos que supone el pago de una deuda” (p.365).

Reserva legal

Padilla (2012, p.315), Son operación contable de la utilidad de la operación normal que garantiza a las mismas la riqueza de la empresa, Permanecerán con carácter permanente dentro del capital contable de la empresa, en tanto no se decreten reducción de capital social por la asamblea general de accionistas,

Venta de Activo

Es una manera única para recaudar dinero, generalmente utilizados durante las luchas financieras. Este dinero viene de la venta de activos fijos que puede que ya no sean necesarios, aunque hay un número limitado de activos fijos que una empresa puede vender. (Econ-it2, 2017, p 1).

Autofinanciamiento

Se refiere aquellos recursos que la empresa genera por sí misma, sin tener necesidad de acudir a los mercados financieros, obtenidas a través de medios internos. (Casanovas y Beltrán, 2013, p.37).

Préstamo

Verona, Hernández y Deniz (2013) consiste en que la prestamista entrega al prestatario una determinada cantidad de dinero de una sola vez y por un tiempo determinado, pagándose intereses sobre todo el importe concedido. (p.178).

Línea de Crédito

Ruiz (2013) Es un financiamiento flexible en cuanto a disposiciones y devoluciones ya que la entidad financiera se obliga a poner a disposición del cliente una cantidad de dinero pactada, durante un periodo de tiempo determinado. (p.192).

Proveedores

Longenerker, Petty, palich y hoy. (2013), "El crédito comercial o

mercantil es la fuente de fondo a corto plazo que más utilizan las pequeñas empresas, tiene una duración breve de 30 días siendo el periodo habitual. El proveedor o vendedor vende mercancía a la empresa adquiriente; donde el comprador establece una cuenta por pagar por el monto de la compra". (p.372).

Leasing

Padilla (2012), Es un contrato que se negocia entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa arrendataria, lo cual se le permite el uso de bienes durante un periodo determinado y mediante el pago de una renta específica. (p.320).

Penetración en el Mercado

Fred (2013, p.117), " Busca incrementar la participación de mercado de los productos o servicios actuales de la empresa a través de una intensificación de sus esfuerzos de marketing, comprende en aumentar el número de ventas, elevar el gasto de publicidad, ofrecer una gran cantidad de artículos de promoción de ventas".

Para Hoyos (2013) es una estrategia que consiste en venderle al os mismo, más de lo mismo, lo que significa que los compradores habituales de una marca compren más productos mediante diversas técnicas como reducción de precio, promoción de ventas o más presencia de producto en el mercado. (p.138).

Desarrollo en el Mercado

Innova (2015). Esta estrategia la deben valorar aquellas empresas que tengan una considerable participación en su mercado y sientan que ya han agotado las posibilidades de comercializar su producto actual (o modificado) en los mercados en los que ya operan y conocen a la perfección. Si la empresa quiere seguir creciendo deberá explotar nuevos mercados.

Para Hoyos (2013), consiste en lograr más ventas llegando a nuevos mercados con los productos que actualmente comercializa la compañía. La idea es que el empresario salga a vender a nuevos mercados geográficos. (p.138).

Desarrollo de Producto

En esta estrategia se considera a los productos y servicios en mercados a los que tradicionalmente no se venían trabajando o nuevas áreas geográficas, implica buscar nuevos canales de distribución para los productos distintos a los actuales, además de atraer nuevos clientes a los nuevos mercados. (Gallardo, 2012, p.223).

Hoyos (2013), Consiste en el desarrollo de nuevos productos para vender a los consumidores actuales, con la condición que tenga una base de cliente debidamente fidelizada. (p.139).

Diversificación Horizontal

Se basa en la adición de productos o servicios nuevos, no relacionando para clientes actuales. Consiste en agregar nuevos productos a la línea de producto de la organización, las cuales no están relacionadas con los productos ya existentes. (Gallardo, 2012, p.226).

Diversificación Vertical

Universidad politécnica de valencia (2013), La diversificación vertical es la Esta etapa productiva que preceden o suceden a sus actividades originales como también, tiene como objetivo Crecer en el seno del sector industrial por una extensión hacia arriba o hacia debajo de la actividad base. o de otras palabras cuando una empresa decide realizar las actividades que realizan sus proveedores o sus clientes.

Diversificación Concéntrica

Riquelme (2017). La diversificación Concéntrica es el aporte de nuevos productos a la oferta de la empresa, lo que caracteriza a estos productos es que están relacionados con la actividad previa de la empresa. Es una estrategia que se realiza cuando la industria en la que se encuentra la empresa crece excesivamente lenta, o cuando los productos actuales de la empresa están decayendo en ventas.

Diversificación Conglomerar

Riquelme (2017). Objetivo en incorporar productos no relacionados con la actividad de la empresa destinados a futuros clientes o clientes potenciales. Es una estrategia muy positiva de cara a la construcción de una estrategia de futuro.

1.4 Formulación del problema

1.4.1 Problema General

¿Cuál es la relación entre Financiamiento y Crecimiento Empresarial de las MYPES de la galería Centro de La Moda, La Victoria, Lima 2017?

1.4.2 Problemas Específicos

¿Cuál es la relación entre las Fuentes Propias y Crecimiento empresarial de las MYPES de la galería Centro de La Moda, La Victoria, Lima 2017?

¿Cuál es la relación entre las Fuentes Ajenas y crecimiento empresarial de las MYPES de la galería Centro de La Moda, La Victoria, Lima 2017?

1.5 Justificación del estudio

La motivación para realizar este trabajo de investigación es debido a la falta de acceso de financiamiento, por ello los esfuerzos del estado para buscar el crecimiento de las mypes. Dado que logran una mayor contribución en la reducción de desempleo del país. Así mismo se brindará diferentes opciones para solventar los problemas socioeconómicos y de endeudamiento que presentan estas pequeñas y medianas empresas.

Optar por un plan de estudio de los distintos mecanismos de financiamiento para minimizar el riesgo del fracaso, siendo estas las más frágiles al cambio. Tener claro la capacidad de la organización para afrontar un endeudamiento, es decir inclinarse por una cultura financiera en las distintas fuentes de financiamiento como también de qué forma impacta el endeudamiento a las micro y pequeñas empresas.

Fenton y Padilla (2012), indica que un aumento en la tasa de interés causa una incertidumbre en la economía del país y eso provocaría que los intermediarios financieros del mercado minimicen su disposición a prestar dinero generando una crisis reduciendo la capacidad de canalizar los recursos por parte de los mercados financieros. (p. 12).

El empleo está asociado con el crecimiento sostenible del país, refiriéndose a la productividad. El acceso a un financiamiento es clave considerando las barreras existentes en el micro y pequeñas empresas que buscan desarrollarse logrando generar empleo reduciendo de esta manera las tasas de la población económicamente inactiva. Por ello es importante que cuenten con apoyo financiero debido que son parte sustancial dentro de la economía de un país.

Titelman y Carvallo (2015), indica que “para las pequeñas y medianas empresas es difícil acceder al financiamiento, considerando el rol que estos agentes económicos van en términos de generación de empleo y como fuentes de innovación y de crecimiento de las empresas” (p. 25).

La carencia que tienen las pequeñas empresas es examinar y definir estrategias de financiamientos más apropiadas que les permita afrontar los problemas económicos o desarrollarse durante la realización de sus actividades.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Determinar la relación entre Financiamiento y Crecimiento Empresarial de las MYPES de la galería Centro de La Moda, La Victoria, Lima 2017.

1.6.2 Objetivos Específicos

Determinar la relación entre Fuentes propias y crecimiento empresarial de las MYPES de la galería Centro de La Moda, La Victoria, Lima 2017.

Determinar la relación entre Fuentes Ajenas y crecimiento Empresarial de las MYPES de la galería Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017

1.7.1 Hipótesis General

Existe relación entre Financiamiento y Crecimiento empresarial de las MYPES de la galería Centro de La Moda, La Victoria, Lima 2017.

.

1.7.2 Hipótesis Específicos

Existe relación entre Financiamiento y Crecimiento empresarial de las MYPES de la galería Centro de La Moda, La Victoria, Lima 2017.

Existe relación entre Fuentes Propias y crecimiento empresarial de las MYPES de la galería Centro de La Moda, La Victoria, Lima 2017.

CAPÍTULO II: MÉTODO

2.1 Tipo de estudio

Según Hernández, Fernández y baptista (2014a) La investigación básica sirve de conocimiento a la investigación aplicada o tecnológica; y fundamental porque es esencial para el desarrollo de la ciencia, genera nuevo conocimiento científicos de carácter teórico.

Es decir se estudia un fenómeno con el propósito de obtener y recopilar información, edificando una base de conocimientos que se va agregando a una teoría existente

2.2 Diseño de Investigación

Hernández, Fernández, y Baptista, (2014b). El diseño de investigación es un procedimiento o estrategia que se utiliza con el propósito de obtener información que se necesita en una investigación. (p.128)

Diseño no experimental transversal correlacional

2.2.1 No experimental

Hernández, Fernández y Baptista (2014c), describen así la investigación no Experimental:

Es una investigación que se realizar sin manipular sin deliberadamente variables, Es decir no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, tal como se dan en su contexto natural, para analizar las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. (p.152)

2.2.2 Diseño transversal

Hernández, Fernández y Baptista (2014d), Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. (p.154).

2.2.3 Correlacional

La investigación correlacional muestra la relación o grado de asociación que existe entre dos o más variables en un contexto en particular, Se mide cada una de ellas respectivamente y después se cuantifican y establecer las vinculaciones. (Fernández, Hernandez & Baptista, 2014, p. 93).

2.2.4 Nivel de investigación

Es descriptiva por que busca determinar o explicar las propiedades, las características de uno o más fenómenos que se encuentre sujeto a un análisis. (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014.p. 4)

Su función principal de la investigación descriptiva es mostrar, detallar hechos, seleccionando las características fundamentales de un objeto de estudio, sin dar razones o explicaciones a los fenómenos. (Bernal, 2010, p. 113).

2.2.5 Enfoque de investigación

El enfoque cuantitativo representa a un conjunto de procesos, Es decir secuenciales y probatorias. Debido que existe un riguroso orden y no se puede aludir, Se derivan objetivos y preguntas de la investigación, se construye un marco teórico. De las preguntas formuladas se plantean hipótesis y se establecen variables. Trazando un plan para aceptarlas, se miden las variables utilizando métodos estadísticos y se plantean conclusiones en relación a las hipótesis. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014.pag 4)

2.3 Variables, Operacionalización

2.3.1 Variable independiente: Financiamiento

Casanovas y Beltrán (2013), el financiamiento son aquellos mecanismos o modalidades en los que incurre la empresa para proveerse de recursos, sean bienes o servicios, a determinados plazos y que por lo general

tiene un costo.

Flores (2013), menciona que “es la captación de recursos financieros como son obtención de capital, prestamos, créditos obtenidos y su aplicación eficiente de estos recursos, con la finalidad de lograr los objetivos trazados de una empresa.

2.3.2 Variable dependiente: Crecimiento Empresarial

Rojo y Gaspar (2013) Son los objetivos que conducen a la situación deseada de crecimiento apoyándose de una estrategia empresarial, buscando el progreso, la evolución, y la continuidad empresarial, es decir todo cambio cuantitativo o cualitativo en la empresa que repercute en un incremento en sus beneficios”. (p.43

2.3.3 Cuadro de Operacionalización de variables

HIPOTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Existe relación entre Financiamiento y Crecimiento empresarial de las Mypes en la galería Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017.	Financiamiento	Casanovas y Beltrán (2013), el financiamiento son aquellos mecanismos o modalidades en los que incurre la empresa para proveerse de recursos, sean bienes o servicios, a determinados plazos y que por lo general tiene un costo. Flores (2013), menciona que “es la captación de recursos financieros como son obtención de capital, prestamos, créditos obtenidos y su aplicación eficiente de estos recursos, con la finalidad de lograr los objetivos trazados de una empresa.	Fuentes Propias	Aportes Propios
				Reserva Legal
				Venta de Activos
				Autofinanciamiento
			Fuentes Ajenas	Préstamo bancario
				Línea de Crédito
	Proveedores			
	Leasing			
	Crecimiento Empresarial	Rojo y Gaspar (2013) Son los objetivos que conducen a la situación deseada de crecimiento apoyándose de una estrategia empresarial, buscando el progreso, la evolución, y la continuidad empresarial, es decir todo cambio cuantitativo o cualitativo en la empresa que repercuta en un incremento en sus beneficios”. (p.43	Crecimiento por expansión	Ventas
				Productos mejorados
Nuevos mercados				
Crecimiento por diversificación			Horizontal	
			Vertical	
			Conglomerar	

2.4 Población, muestreo y muestra

2.4.1 Población

Para la investigación se determinó que la población está conformada por las empresas de la Centro De La Moda (mypes) del distrito de la Victoria, con el reporte obtenido de la Municipalidad del distrito, el universo poblacional a estudiar es de 55 personas del área contable de las microempresas.

2.4.2 Muestreo

El método que se usó es probabilístico denominado Muestreo Aleatoria Estratificado, debido a que se tuvo en cuenta la clasificación en partes homogéneas, donde se seleccionó a las microempresas que formaran parte de la muestra.

2.4.3 Muestra

La muestra de la investigación se estudió se hallará utilizando la siguiente formula:

$$n = \frac{NZ^2 p (1 - p)}{(N - 1) e^2 + Z^2 p (1 - P)}$$

Donde:

n: Tamaño

de la

muestra N:

Tamaño de

la población

Z: Valor de la distribución normal estandarizada correspondiente al nivel de confianza; para el 95%, z=1.96

E: Máximo error permisible, es decir un 5%

p: Proporción de la población que tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

q: Proporción de la población que no tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

$$n = \frac{(1,96^2) * (0.50) * (0.5) * (75)}{(75 - 1) * (0.04^2) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 50$$

Cuadro de Estratificación de la muestra

N°	Datos de la Empresa	Giro	DPTO. Contab
1	Confecciones Farymoda E.I.R.L.	Fabricación prendas de vestir	2 personas
2	Brit Sport S.A.C	Fabricación prendas de vestir	3 personas
3	FANCYPERU.CORP S.A.C	Venta por mayor productos textiles	3 personas
4	Hinostroza Calderón Yolanda	Acabado productos textiles	2 personas
5	Pacherre Jiménez Wilmer	Venta por mayor de productos textiles	3 personas
6	Del Águila Cárdenas Gabriela	Venta de producto textiles	2 personas
7	Sualite.Corp E.I.R.L.	Fabricación Prendas De Vestir	3 personas
8	Nina Mamani Lizbeth Vanessa	Venta por mayor productos textiles	2 persona
9	Zarpan Cachay José Natividad	Venta por mayor productos textiles	3 personas
10	Pérez Montes Luis Enrique	Venta por mayor productos textiles	2 personas
11	Maternos Mila	Venta de producto textiles	2 persona
12	Centeno Romero Nilda	Venta por menor de producto textiles	2 personas
13	Carrasco Chaparro Carmen De La Flor	Ventas de alimentos,bebidas,tabaco	3 persona
14	Creaciones Valery & Ivana S.A.C.	Venta por mayor productos textiles	3 persona
15	Manufacturas León Hnos S Aandie S.R.L.	Fabricación prendas de vestir	3 personas
16	Villaverde Molineros Aracellygenerales S.R.L	Ventas por menor de prendas de vestir	2 personas

17	Confecciones Adalid	Fabricación prendas de vestir	3 personas
18	Márquez Roque Manuel	Ventas por menor de prendas de vestir	2 persona
19	Arango Maldonado Víctor	Ventas por menor de prendas de vestir	3 personas
20	Ganfors	Ventas por menor de prendas de vestir	1 personas
21	Ropa De Anfitrionas GAB	Fabricación prendas de vestir	1 personas
		TOTAL	50 personas

2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.5.1 Técnica de recolección de dato.

En una investigación científica existe una variedad de técnicas o instrumentos para realizar la recopilación de datos o información, de acuerdo al método y tipo de investigación que se desarrollara. (Bernal, 2010, p. 192)

Por lo que se manifiesta que las técnicas son procedimientos que nos ayudaran a alcanzar los objetivos establecidos en nuestra investigación, la finalidad principal es comprender de qué manera el financiamiento genera crecimiento empresarial en la galería Centro De La Moda, La Victoria.

La técnica que se usó en este trabajo de investigación es La encuesta para la recolección de datos con el cual se obtuvo información acerca de hechos objetivos para determinar la relación que existe entre el financiamiento y el crecimiento de las empresas.

2.5.2 Instrumento de recolección de datos.

El cuestionario es el conjunto de preguntas elaboradas acerca de una o más variables con el fin de generar datos para alcanzar los objetivos de la investigación. Además debe ser coherente con el problema e hipótesis. (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014, p. 217)

El instrumento que se utilizó para recolectar la información fue el

cuestionario, el cual va permitir recopilar información de manera confiable y valida, el formato será redactado en forma afirmativa e individual y tiene que ser coherente, según la escala Likert con 5 niveles de respuesta, la cual se va a obtener información acerca de las variables que se van a investigar y así poder definir el problema de investigación.

Tabla N° 01

Escala de Likert

Significado	Valores
SIEMPRE	5
CASI SIEMPRE	4
A VECES	3
CASI NUNCA	2
NUNCA	1

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En la Tabla 1, se observa la valoración de la escala de Likert, con 1 Equivalente a nunca, 2 equivalente a casi nunca, 3 equivalentes a veces, 4 Equivalente a casi siempre y 5 equivalente a siempre Se tomó en cuenta sus principios:

Validez: Los instrumentos fueron efectuados a través del Criterio de Juicios de Expertos, se contó con la participación de 04 Magister, proporcionados por la universidad, quienes validaron el cuestionario por cada una de las variables. El instrumento que mide los indicadores, indica el grado con que pueden inferirse conclusiones a partir de los resultados obtenidos.

Tabla N° 02

Juicio de expertos

Expertos	Grado	Especialista	Porcentaje
Mg. Marco Antonio Mera Portilla	Magister	Temático	85%
Mg. Cristina Ramos Toledo	Magister	Metodóloga	94%
Mg. María Elena Medina Guevara	Magister	Temático	95%
Mg. Juan Carlos Aguilar Culquicondor	Magister	Temático	95%
Total			92%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la Tabla 2, se observa la relación de los expertos, con el grado correspondiente y el porcentaje de valoración. El Mg. Marco Antonio Mera Portilla validó con el 85%, la Mg. Cristina Romos Toledo con el 94%, la Mg. María Elena Medina Guevara validó con el 94% y el Mg. Juan Carlos Aguilar Culquicondor con el 95%; obteniendo un promedio total de validación de 92% perteneciendo al rango de excelente.

Confiabilidad: Indica que los instrumentos usados hicieron mediciones estables y consistentes, reflejando el valor real del indicador, da la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas.

Para medir la confiabilidad se aplico

Alfa de Crombach

Coeficiente que mide la fiabilidad, si los ítems presentan homogeneidad entre ellos, demostrando el grado de relación entre los mismo, además de comprobar si el instrumento que se evalúa recopila la información esperada que conllevarían a conclusiones consistentes

Con el objetivo de aplicar un instrumento fiable, se realizó el análisis de consistencia interna Alfa de Cronbach, a nivel de variables (financiamiento y crecimiento empresarial) e hipótesis específicos. Lo cual, cada coeficiente se ubicó de acuerdo al Rango de Fiabilidad de la siguiente tabla:

Tabla N° 03

Rango de Fiabilidad

Criterio	Rango
No es confiable	-1 a 0
Baja confiabilidad	0,01 a 0,49
Moderada confiabilidad	0,50 a 0,75
Fuerte confiabilidad	0,76 a 0,89
Alta confiabilidad	0,90 a 1

Fuente: Hernández, Fernández, & Baptista (2014). *Metodología de la investigación*.

Interpretación:

En la Tabla 4, se observa los rangos y los criterios de fiabilidad, el rango de -1 a 0 equivalente a no es confiable, el de 0,01 a 0,49 equivalente a baja confiabilidad, el de 0,50 a 0,75 equivalente a moderada confiabilidad, el de 0,76 a 0,89 equivalente a fuerte confiabilidad y el de 0,90 a 1 equivalente a alta confiabilidad

2.6 *Métodos de análisis de datos*

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo “Determinar de qué manera el financiamiento se relaciona con el crecimiento empresarial de las mypes de la galería Centro De La Moda del distrito de la Victoria, Lima 2017”, en él se realizará un estudio cuantitativo.

Se realizara una investigación cuantitativa; ya que se utilizara la recolección de datos para probar la hipótesis, con base a una medición numérica y análisis estadístico.

2.6.1 Prueba de normalidad.

Es una prueba donde se examina si los datos u observaciones siguen una distribución normal o no provienen de una distribución normal. Se considera Kolgomorov-Smirvov cuando la muestra es superior a 50, y Shapiro Wilk cuando tiene como muestra máxima 50. Al conocer la significancia en la prueba de normalidad, se procede a seleccionar Prueba Paramétrica (distribución normal – Pearson) o Prueba no Paramétrica (distribución no normal – Rho de Spearman). (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014, p. 280).

2.6.2 Distribución de frecuencias.

Distribución de frecuencias. Es el conjunto de las puntuaciones de manera ordenada en sus correspondientes categorías y por lo general se representa mediante una tabla indicando los recuentos de datos, con sus respectivos porcentajes. Las distribuciones de frecuencia pueden presentarse en forma de graficas circulares, en barras, entre otros. (Hernández,

Fernández, & Baptista, 2014, p.287).

2.6.3 Prueba de Hipótesis.

Es determinar si las hipótesis planteadas en la investigación son coherentes y lógicas en relación a los datos conseguidos de la muestra. La hipótesis se considera como aceptable si es coherente con los datos, si no lo es, se rechaza pero los datos no se rechazan. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, p.306).

Si la significancia resultante, es menor a 0,05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la investigación; y si la significancia es mayor a 0,05 se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de la investigación.

Tabla N°04

Rango de correlación Rho de Spearman

Criterio	Rango
Correlación grande, perfecta y positiva	$R = 1$
Correlación muy alta	$0,90 \leq r < 1$
Correlación alta	$0,70 \leq r < 0,90$
Correlación moderada	$0,40 \leq r < 0,70$
Correlación muy baja	$0,20 \leq r < 0,40$
Correlación nula	$r = 0,00$
Correlación grande, perfecta y negativa	$r = -1,00$

Fuente: Hernandez, Fernandez, & Baptista (2014). Metodología de la investigación.

Interpretación:

En la Tabla 8, se observa los rangos y los criterios de correlación Rho de Spearman, el rango de 1 equivalente a correlación grande, perfecta y positiva; el de $0,90 \leq r < 1$ equivalente a correlación muy alta; el de $0,70 \leq r < 0,90$ equivalente a correlación alta; el de $0,40 \leq r < 0,70$ equivalente a correlación moderada, el de $0,20 \leq r < 0,40$ equivalente a correlación muy baja; el de $r = 0,00$ equivalente a correlación nula y el de $r = -1,00$ equivalente a correlación grande, perfecta y negativa.

2.7 Aspectos éticos

En todo momento, al elaborar el presente de proyecto de tesis, se dio cumplimiento a la ética profesional, desde el punto de vista general con los principios de moral y social, en el enfoque práctico mediante normas y reglas de conducta.

Se tomaron en cuenta los siguientes principios: Objetividad, Competencia profesional, Confiabilidad y Compromiso ético profesional.

Tabla N° 05

Criterio ético

Criterios	Características éticas del criterio
Confidencialidad	La presente investigación está dirigida por la institución y con profesores que ayuden el desarrollo de la investigación.
Objetividad	Es una previa revisión de cómo se encuentra la investigación y cuáles son las técnicas.
Originalidad	Debemos citar las fuentes bibliográficas en la investigación, con el objetivo de eliminar riesgos de plagio.
Veracidad	La información debe ser veraz y ser tratado cautelosamente.

Fuente: Esteves (2012) <http://investigacioncientifica774.blogspot>.

Interpretación:

En la Tabla 9, se observa los criterios éticos con sus características correspondientes considerados durante el desarrollo de la presente investigación, como confidencialidad, objetividad, originalidad y veracidad. Criterios que garantizan la calidad y la ética de la presente investigación.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1 Análisis de confiabilidad del instrumento

3.1.1 Financiamiento

Para la validez del instrumento se utilizó el alpha de cronbach, que se encarga de determinar la media ponderada de las correlaciones entre las variables (o ítems) que forman parte de la encuesta.

Formula:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Donde:

- S_i^2 es la varianza del ítem i,
- S_t^2 es la varianza de la suma de todos los ítems y
- k es el número de preguntas o ítems.

El instrumento está compuesto por 15 ítems, siendo el tamaño de muestra 50 encuestados. El nivel de confiabilidad de la investigación es 96%. Para determinar el nivel de confiabilidad con el alpha de cronbach se utilizó el software estadístico SPSS versión 24

Tabla N° 06

Procedimiento de casos de financiamiento

		N	%
Casos	Válido	50	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla N°07

Estadísticas de fiabilidad de financiamiento

Alfa de Cronbach	N de elementos
,804	15

Interpretación:

El valor del alpha de cronbach cuanto más se aproxime a su valor máximo, 1, mayor es la fiabilidad de la escala. Además, en determinados contextos y por tácito convenio, se considera que valores del alfa superiores a 0,7 (dependiendo de la fuente) son suficientes para garantizar la fiabilidad de la escala. Teniendo así que el valor de alpha de cronbach para nuestro instrumento es 0.804, por lo que concluimos que nuestro instrumento es altamente confiable.

Tabla N° 08

Validez Item por Item de financiamiento

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlació n total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Se logra el financiamiento por aportes de los representantes legales.	44,80	44,449	,618	,786
Obtiene recursos procedente de familiares	45,16	40,627	,746	,769
Se reserva una parte de las ganancias generas del periodo para la financiación	44,96	46,488	,197	,806
Se cubren posibles pérdidas del periodo por medio de las reservas legales	47,42	45,106	,351	,797
Realizar las venta de los bienes muebles para financiar las obligación	46,66	36,474	,680	,766
Los bienes inmuebles son vendidos para aumentar el capital	46,94	38,547	,677	,768
utiliza el financiamiento para la inversión de la actividad empresarial	44,56	47,966	,066	,814
Emplea el financiamiento para compra de activos	45,60	39,510	,574	,778
Utiliza los préstamos bancarios para invertirlos en los activos fijos	47,12	43,700	,380	,795
Se usa los créditos bancarios para capital de trabajo	44,56	47,598	,150	,807
Usted utiliza línea de crédito de los bancos para invertirlo en el capital de trabajo	46,96	43,794	,278	,806
utiliza la línea de crédito para cubrir sus obligaciones	45,02	46,836	,143	,811
Utiliza los créditos de proveedores para mejorar la activadas de operación	44,56	47,394	,190	,805
Adquiere la compra de los activos fijos por medio de leasing	44,94	45,935	,423	,795
Emplea la renovación del contrato de leasing	47,02	38,061	,715	,764

3.2 Análisis de confiabilidad del instrumento

3.2.1 Crecimiento Empresarial

Para la validez del instrumento se utilizó el alpha de cronbach, que se encarga de determinar la media ponderada de las correlaciones entre las variables (o ítems) que forman parte de la encuesta.

Formula:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Donde:

- S_i^2 es la varianza del ítem i,
- S_t^2 es la varianza de la suma de todos los ítems y
- k es el número de preguntas o ítems.

El instrumento está compuesto por 15 ítems, siendo el tamaño de muestra 50 encuestados. El nivel de confiabilidad de la investigación es 96%. Para determinar el nivel de confiabilidad con el alpha de cronbach se utilizó el software estadístico SPSS versión 24.

Tabla N° 09

Procedimiento de casos de crecimiento empresarial

		N	%
Casos	Válido	50	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla N° 10

Estadísticas de fiabilidad de crecimiento empresarial

Alfa de Cronbach	N de elementos
,800	15

Discusión:

El valor del alpha de cronbach cuanto más se aproxime a su valor máximo, 1, mayor es la fiabilidad de la escala. Además, en determinados contextos y por tácito convenio, se considera que valores del alfa superiores a 0,7 (dependiendo de la fuente) son suficientes para garantizar la fiabilidad de la escala. Teniendo así que el valor de alpha de cronbach para nuestro instrumento es 0.800, por lo que concluimos que nuestro instrumento es altamente confiable.

Tabla N° 11

Validez Item por Item de crecimiento empresarial

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Se utiliza técnicas de ventas para incrementar los ingresos de la organización	48,74	47,380	,757	,755
Emplea Gastos de publicidad para la ventas de sus productos	49,70	57,480	,486	,788
Se diversifica la mercadería para satisfacer la demanda actual de los clientes	47,14	55,307	,670	,778
Se innova la creación de nuevos productos para satisfacer necesidades	47,16	55,321	,619	,779
utiliza el internet como medio para canalizar sus productos	46,86	59,674	,221	,799
Se comercializa la mercadería a nivel internacional	49,78	56,338	,551	,783
Se distribuye la mercadería a nivel nacional	48,86	48,000	,734	,758
Se agrega nuevos productos diferentes a la línea de la organización	48,06	44,262	,758	,751
Realiza actividades nuevas diferentes al giro del negocio para obtener más liquidez	48,68	47,569	,673	,762
Se empleada actividad de comercialización y fabricación de sus productos	46,78	62,665	-,074	,817
Se integra al giro de negocio de sus proveedores	46,98	59,816	,111	,809
Se agrega nuevos productos en base a la línea de la organización	46,78	60,175	,156	,803
Realiza actividades nuevas complementarias al giro del negocio para obtener más liquidez	47,04	63,264	-,118	,822
Se realiza actividad distintas al rubro de la empresa	46,98	61,612	-,010	,817
Se adquiere producto diferente al giro del negocio para aumentar las ganancias	47,54	47,886	,610	,769

3.3 Análisis de resultados

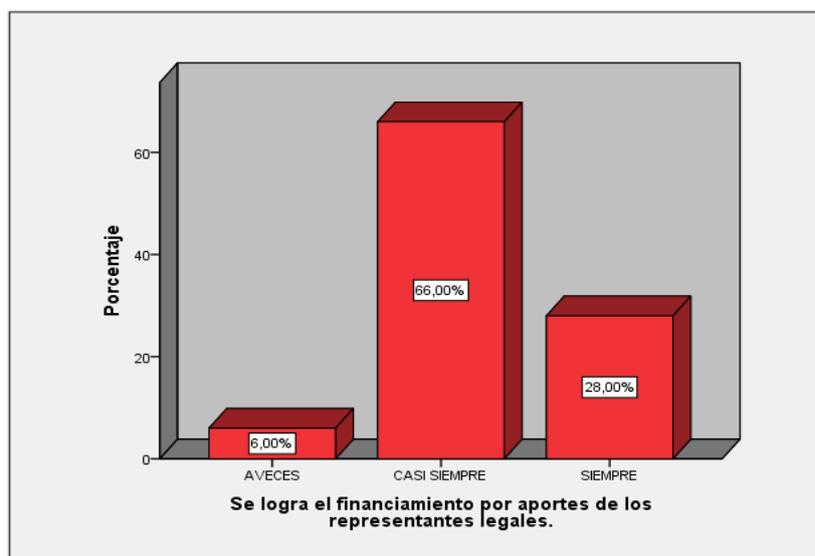
Tabla N° 12

Se logra el financiamiento por aportes de los representantes legales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	3	6,0	6,0	6,0
	CASI SIEMPRE	33	66,0	66,0	72,0
	SIEMPRE	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 01: Grafico de barra del financiamiento por aporte del representante legal



Fuente: Tabla N° 12

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizada a 50 colaboradores se obtuvo que el 66% casi siempre logran conseguir financiamiento de los representantes legales, ya que los aportes de los representantes legales no generan un interés por pagar, el 28% siempre logran obtener financiamiento por representantes y el 6% de los encuestados respondieron que a veces obtienen financiamiento por representantes legales.

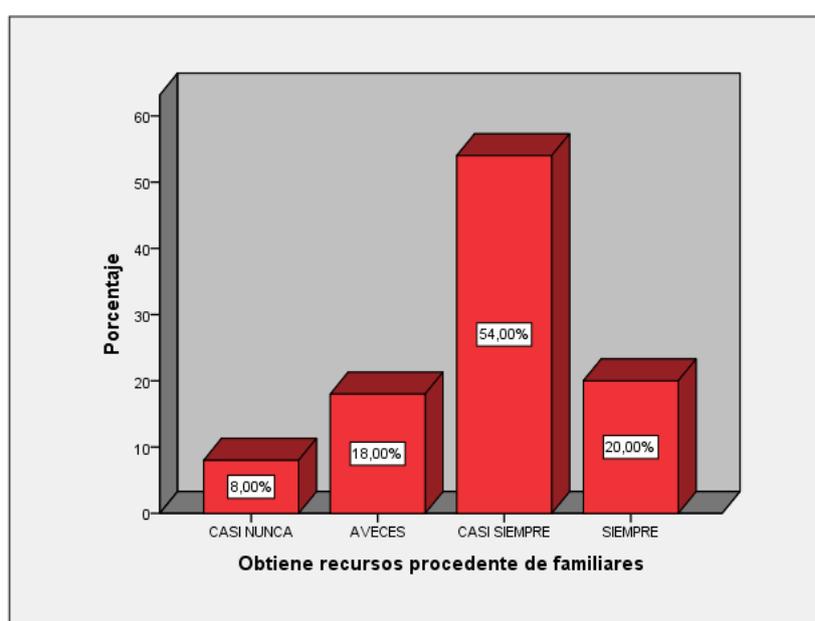
Tabla N° 13

Obtiene recursos procedente de familiares

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	4	8,0	8,0	8,0
	A VECES	9	18,0	18,0	26,0
	CASI SIEMPRE	27	54,0	54,0	80,0
	SIEMPRE	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 02: Grafico de barra de recursos precedente de familiares



Fuente: Tabla N° 13

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizada a 50 colaboradores se obtuvo que el 54% mencionaron que casi siempre logran conseguir financiamiento de familiares, ya que los aportes derivados de los familiares es el mecanismo más eficaz por ser empresas en crecimiento, el 20% mencionaron que siempre logran obtener financiamiento precedente de familiares, el 18% mencionaron que a veces logra obtener financiamiento de familiares, y el 8% mencionaron que casi nunca adquieren financiamiento precedente de familiares.

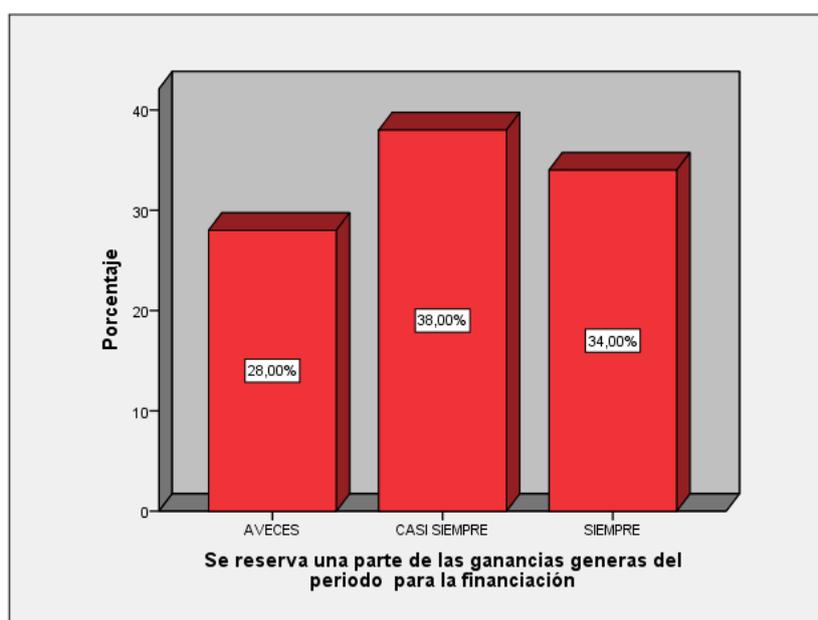
Tabla N° 14

Se reserva una parte de las ganancias generadas del periodo para la financiación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	14	28,0	28,0	28,0
	CASI SIEMPRE	19	38,0	38,0	66,0
	SIEMPRE	17	34,0	34,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 03: Grafico de barras de la financiación por reserva legales



Fuente: Tabla N° 14

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 38% mencionaron que casi siempre logran reservar parte de las ganancias generadas para la financiar actividad empresarial, el 34% mencionaron que siempre logra reservar parte de las utilidad del periodo y el 28% mencionaron que a veces logran reservar parte de la utilidad del periodo para financiar la actividad empresarial.

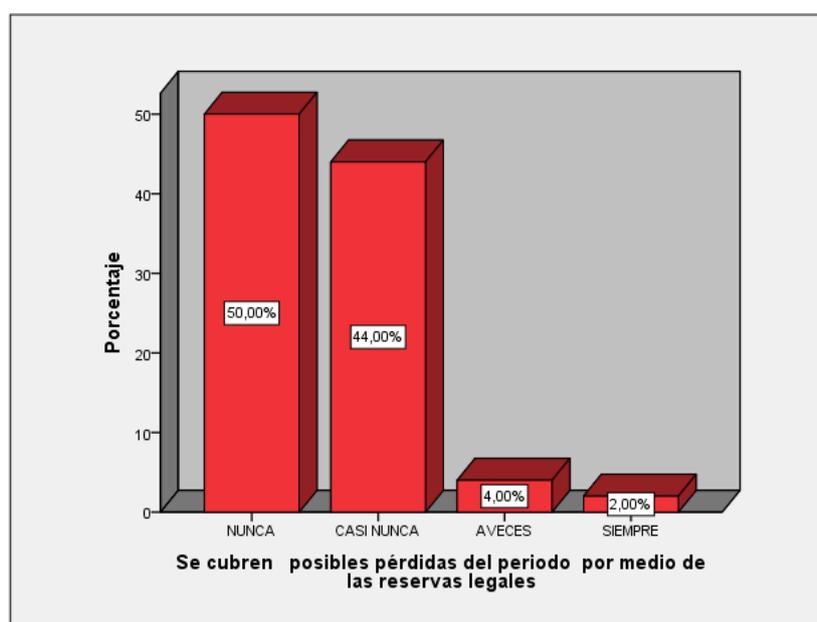
Tabla N° 15

Se cubren posibles pérdidas del periodo por medio de las reservas legales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	25	50,0	50,0	50,0
	CASI NUNCA	22	44,0	44,0	94,0
	A VECES	2	4,0	4,0	98,0
	SIEMPRE	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 04: Grafico de barras de la reserva legal para financiar deudas



Fuente: Tabla N° 15

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizada a 50 colaboradores se obtuvo que el 50% mencionaron que nunca se logra cubrir pérdidas del periodo por medio de las reservas legales, ya que por ser empresas en crecimiento no reservan parte de la utilidad, el 44% mencionaron que casi nunca se logra reservar parte de la utilidad para pérdidas de periodos, el 4% mencionaron que a veces logra reservar parte de la utilidad, y el 2% mencionaron que siempre se logra reservar parte de la utilidad para posibles pérdidas que se obtenga en el periodo.

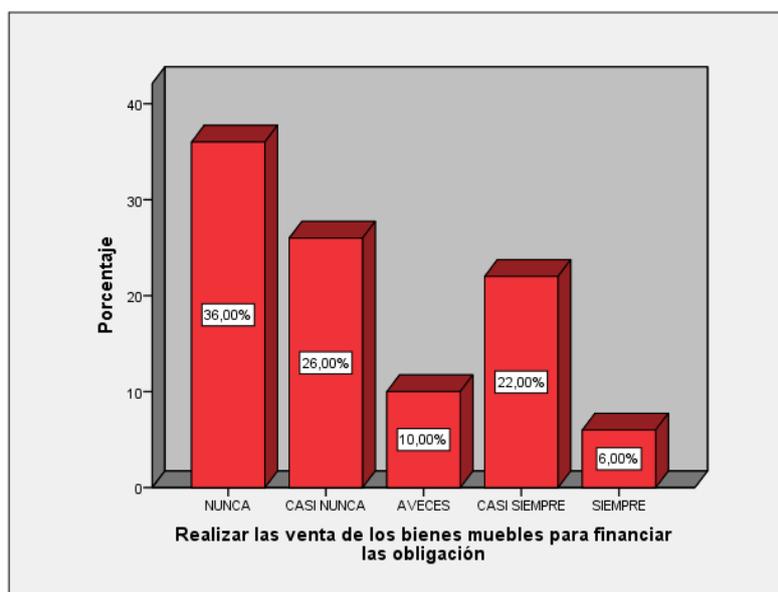
Tabla N° 16

Realizar las venta de los bienes muebles para financiar las obligación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	18	36,0	36,0	36,0
	CASI NUNCA	13	26,0	26,0	62,0
	AVECES	5	10,0	10,0	72,0
	CASI SIEMPRE	11	22,0	22,0	94,0
	SIEMPRE	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 05: Grafico de barras del financiamiento por ventas de bienes muebles



Fuente: Tabla N° 16

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizada a 50 colaboradores se obtuvo que el 36% mencionaron que nunca se vende los bienes muebles para financiar las deudas contraídas, el 26% mencionaron que casi nunca se vende los bienes muebles para financiar las obligaciones, el 22% mencionaron que casi siempre se vende los bienes muebles para financiar obligaciones, el 10% mencionaron que a veces se vende los bienes muebles para financiar obligaciones y el 6% mencionaron que siempre se vende los bienes muebles ya que los activos fijos se deterioran y se puede vender para financiar las obligaciones.

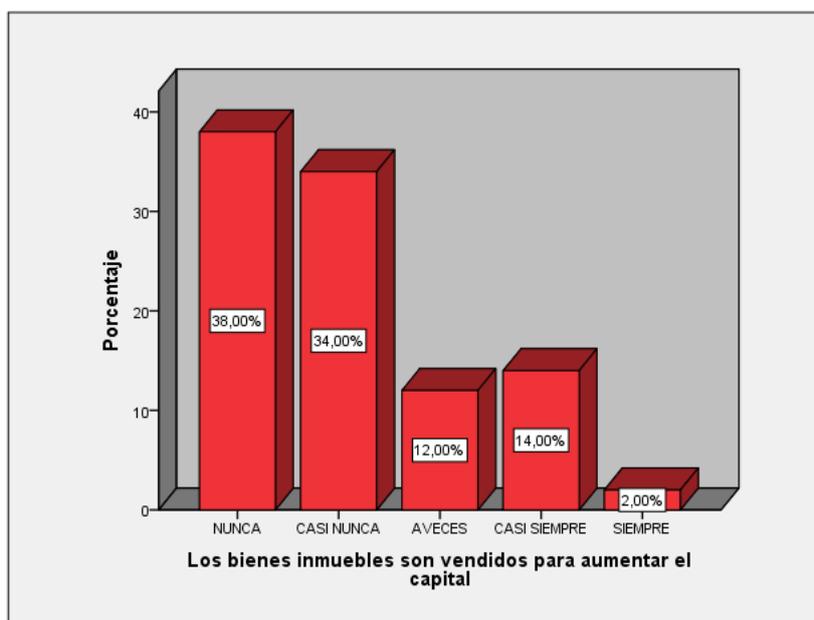
Tabla N° 17

Los bienes inmuebles son vendidos para aumentar el capital

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	19	38,0	38,0	38,0
	CASI NUNCA	17	34,0	34,0	72,0
	A VECES	6	12,0	12,0	84,0
	CASI SIEMPRE	7	14,0	14,0	98,0
	SIEMPRE	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 06: Grafico de barras del financiamiento por ventas de bienes inmuebles



Fuente: Tabla N° 17

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizada a 50 colaboradores se obtuvo que el 38% mencionaron que nunca se vende los bienes inmuebles para aumentar el capital, el 34% mencionaron que casi nunca se vende los bienes inmuebles para aumentar el capital, el 14% mencionaron que casi siempre se vende los bienes inmuebles para aumentar el capital, el 12% mencionaron que a veces se vende los bienes inmuebles para aumento de capital y el 2% mencionaron que siempre se vende los bienes inmuebles para aumentar el capital.

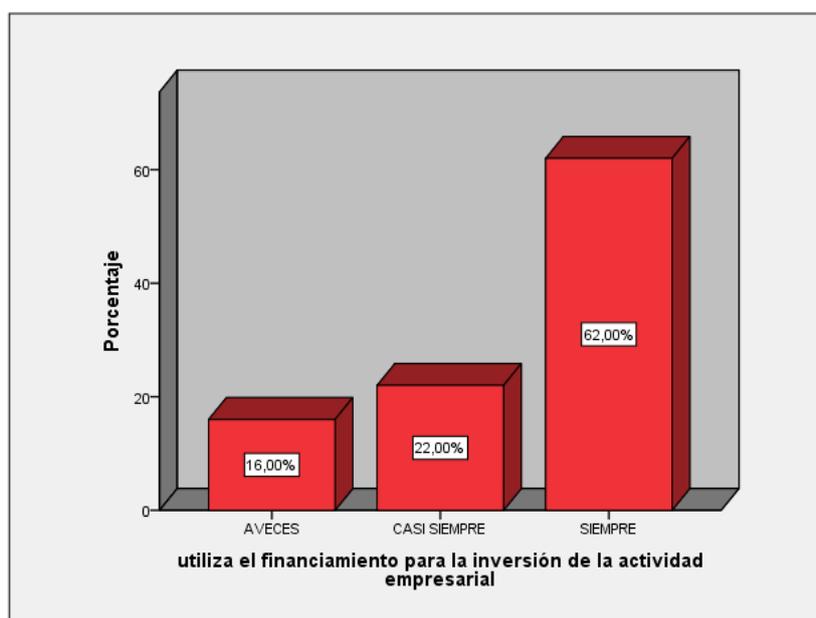
Tabla N° 18

utiliza el financiamiento para la inversión de la actividad empresarial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	8	16,0	16,0	16,0
	CASI SIEMPRE	11	22,0	22,0	38,0
	SIEMPRE	31	62,0	62,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 07: Grafico de barras del financiamiento para la actividad empresarial.



Fuente: Tabla N° 18

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 62% mencionaron que siempre se logra utilizar el autofinanciamiento para la inversión de la actividad empresarial ya que se pretende maximizar la rentabilidad, el 22% mencionaron que casi siempre se logra utilizar el autofinanciamiento para la inversión de la actividad empresarial y el 16% mencionaron que a veces se logra utilizar el autofinanciamiento para la inversión de la actividad empresarial.

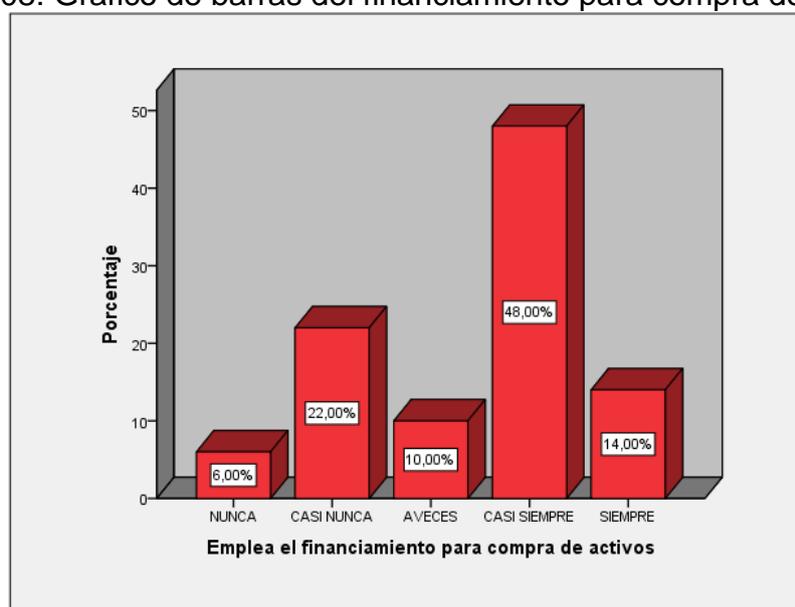
Tabla N° 19

Emplea el financiamiento para compra de activos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	6,0	6,0	6,0
	CASI NUNCA	11	22,0	22,0	28,0
	A VECES	5	10,0	10,0	38,0
	CASI SIEMPRE	24	48,0	48,0	86,0
	SIEMPRE	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 08: Grafico de barras del financiamiento para compra de activos



Fuente: Tabla N° 19

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 48% mencionaron que casi siempre se logra utilizar el autofinanciamiento para la compra de activos debido a la demanda del mercado, el 22% mencionaron que casi nunca se logra utilizar el autofinanciamiento para la compra de activos, el 14% mencionaron que siempre se logra utilizar el autofinanciamiento para la compra de activos, el 10% mencionaron que a veces se logra utilizar el autofinanciamiento para la compra de activos y el 6% mencionaron que nunca se logra utilizar el autofinanciamiento para la compra de activos

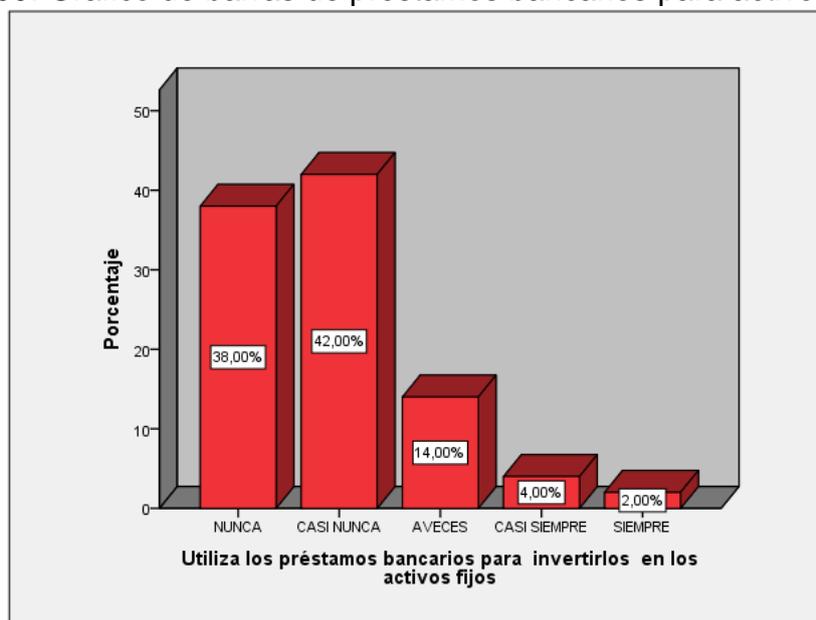
Tabla N° 20

Utiliza los préstamos bancarios para invertirlos en los activos fijos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	19	38,0	38,0	38,0
	CASI NUNCA	21	42,0	42,0	80,0
	A VECES	7	14,0	14,0	94,0
	CASI SIEMPRE	2	4,0	4,0	98,0
	SIEMPRE	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 09: Grafico de barras de préstamos bancarios para activos fijos



Fuente: Tabla N° 20

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 42% mencionaron que casi nunca se logra utilizar financiamiento para la compra de activos fijos debido que se logra utilizar para capital de trabajo, el 38% mencionaron que nunca se logra utilizar financiamiento para la compra de activos fijos, el 14% mencionaron que a veces se logra utilizar financiamiento para la compra de activos fijos, el 4% mencionaron que casi siempre se logra utilizar financiamiento para la compra de activos fijos y el 2% mencionaron que siempre se logra utilizar financiamiento para la compra de activos fijos.

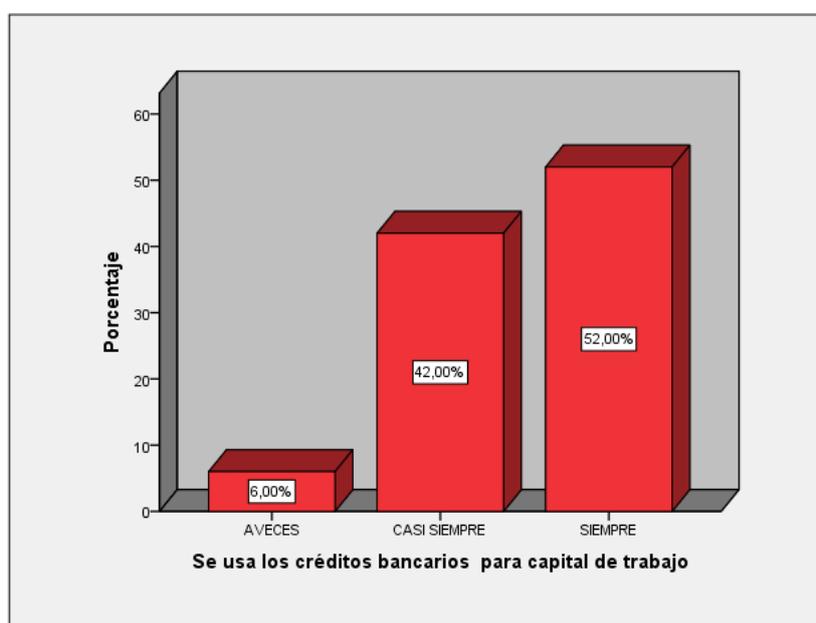
TABLA N ° 21

Se usa los créditos bancarios para capital de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	3	6,0	6,0	6,0
	CASI SIEMPRE	21	42,0	42,0	48,0
	SIEMPRE	26	52,0	52,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 10: Grafico de barras de los créditos bancarios para capital de trabajo



Fuente: Tabla N° 21

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 52% mencionaron que siempre se logra utilizar créditos bancarios para el capital de trabajo debido que las inversiones se realizan a corto plazo, el 42% mencionaron que casi siempre se logra utilizar créditos bancarios para el capital de trabajo y el 6% mencionaron que a veces se logra utilizar créditos bancarios para el capital de trabajo.

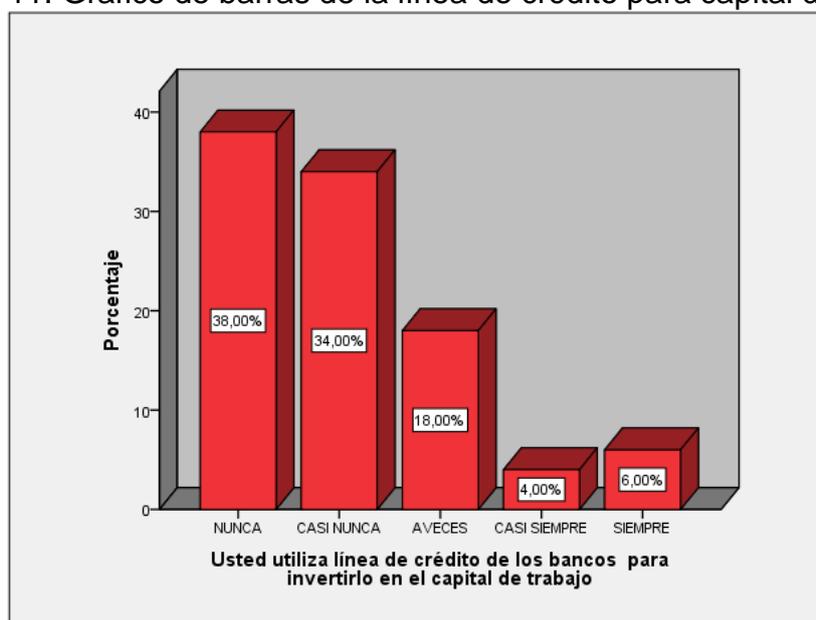
TABLA N° 22

Usted utiliza línea de crédito de los bancos para invertirlo en el capital de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	19	38,0	38,0	38,0
	CASI NUNCA	17	34,0	34,0	72,0
	A VECES	9	18,0	18,0	90,0
	CASI SIEMPRE	2	4,0	4,0	94,0
	SIEMPRE	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 11: Grafico de barras de la línea de crédito para capital de trabajo



Fuente: Tabla N° 22

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 38% mencionaron que nunca se utiliza la línea de crédito de los bancos para el capital de trabajo debido que resultan altas las tasas de interés, el 34% mencionaron que casi nunca se utiliza la línea de crédito de los bancos para el capital de trabajo, el 18% mencionaron que a veces se utiliza la línea de crédito de los bancos para el capital de trabajo, el 6% mencionaron que siempre se utiliza la línea de crédito de los bancos para el capital de trabajo y el 4% mencionaron que casi siempre se utiliza la línea de crédito de los bancos para el capital de trabajo.

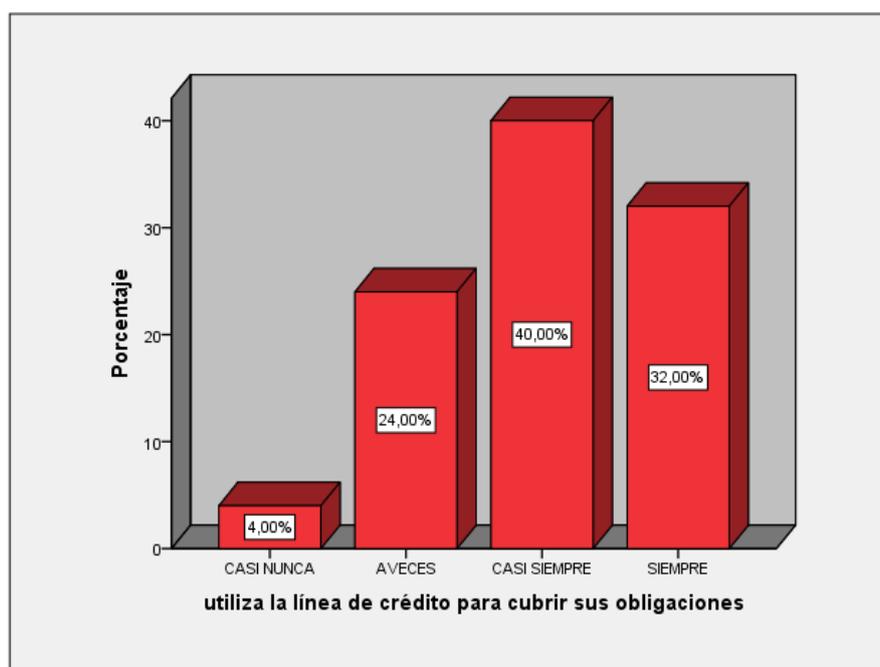
TABLA N° 23:

utiliza la línea de crédito para cubrir sus obligaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	2	4,0	4,0	4,0
	A VECES	12	24,0	24,0	28,0
	CASI SIEMPRE	20	40,0	40,0	68,0
	SIEMPRE	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 12: Grafico de barras de la línea de crédito para cubrir obligaciones



Fuente: Tabla N° 23

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 40% mencionaron que casi siempre se utiliza la línea de crédito para cubrir obligaciones debido a casos fortuitos que se presenten, el 32% mencionaron que siempre se utiliza la línea de crédito para cubrir obligaciones, el 24% mencionaron que a veces se utiliza la línea de crédito para cubrir obligaciones y el 4% mencionaron que casi nunca se utiliza la línea de crédito para cubrir obligaciones.

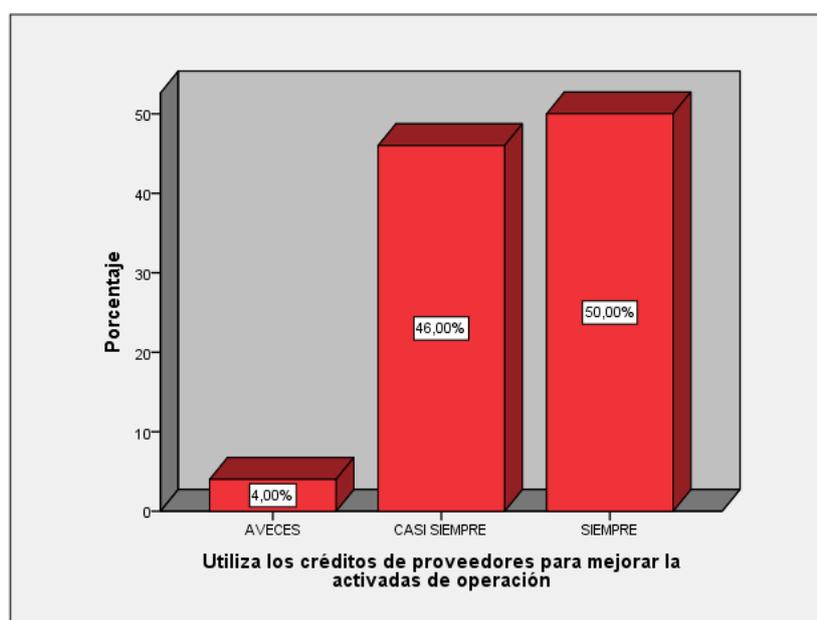
TABLA N° 24

Utiliza los créditos de proveedores para mejorar la activadas de operación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	2	4,0	4,0	4,0
	CASI SIEMPRE	23	46,0	46,0	50,0
	SIEMPRE	25	50,0	50,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 13: Grafico de barras del crédito de proveedores para la actividad de operación



Fuente: Tabla N° 24

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 50% mencionaron que siempre se utiliza los crédito de proveedores para mejorar la actividad de producción ya que se extiende las cuentas por pagar por un periodo acordado, el 46% mencionaron que casi siempre se utiliza los crédito de proveedores para mejorar la actividad de producción y el 4% mencionaron que a veces se utiliza los crédito de proveedores para mejorar la actividad de producción.

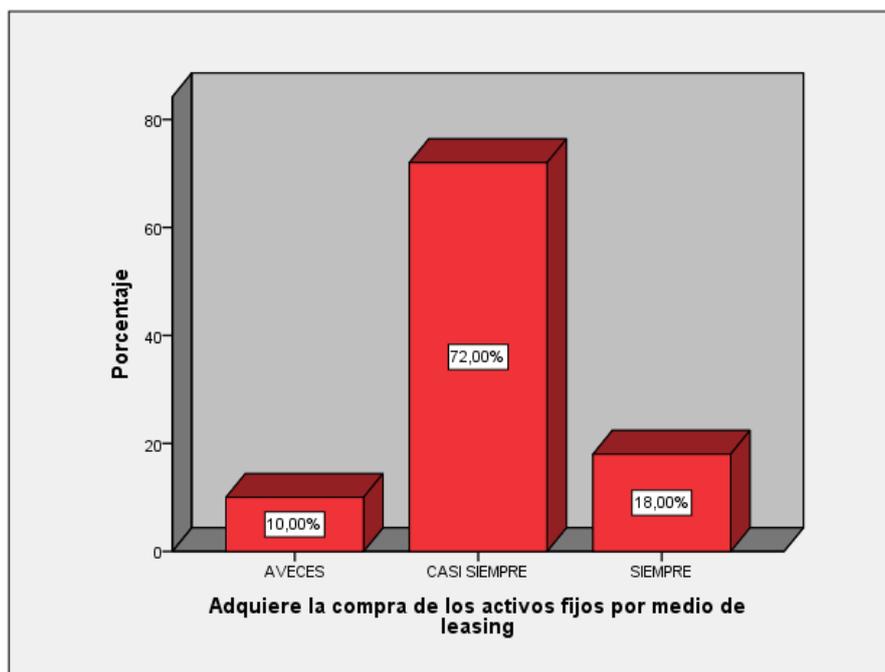
TABLA N° 25:

Adquiere la compra de los activos fijos por medio de leasing

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	5	10,0	10,0	10,0
	CASI SIEMPRE	36	72,0	72,0	82,0
	SIEMPRE	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 14: Grafico de barras de la compra de activos fijos por leasing



Fuente: Tabla N° 25

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 72% mencionaron que casi siempre se adquiere la compra de activos fijos por medio de leasing debido al desembolso por cuota del bien además de los beneficios tributarios, el 18% mencionaron que siempre se adquiere la compra de activos fijos por medio de leasing y el 10% mencionaron que a veces se adquiere la compra de activos fijos por medio de leasing.

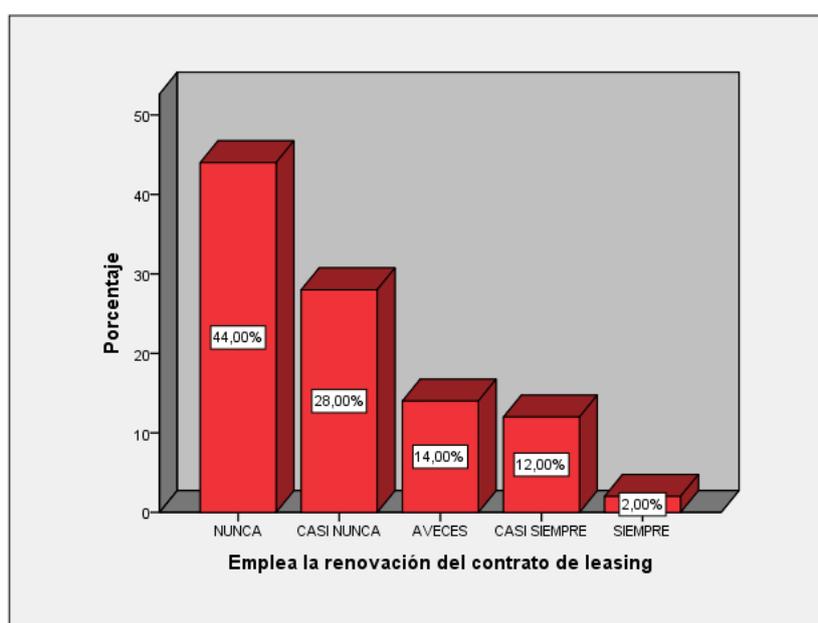
TABLA N° 26

Emplea la renovación del contrato de leasing

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	22	44,0	44,0	44,0
	CASI NUNCA	14	28,0	28,0	72,0
	AVECES	7	14,0	14,0	86,0
	CASI SIEMPRE	6	12,0	12,0	98,0
	SIEMPRE	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 15: Grafico de barras de la renovación del contrato leasing



Fuente: Tabla N° 26

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 44% mencionaron que nunca se emplea la renovación del contrato leasing debido a la opción de compra del bien al acabar el contrato, el 28% mencionaron que casi nunca se emplea la renovación del contrato leasing, el 14% mencionaron que a veces se emplea la renovación del contrato leasing, el 12% mencionaron que casi siempre se emplea la renovación del contrato leasing y el 2% mencionaron que siempre se emplea la renovación del contrato leasing.

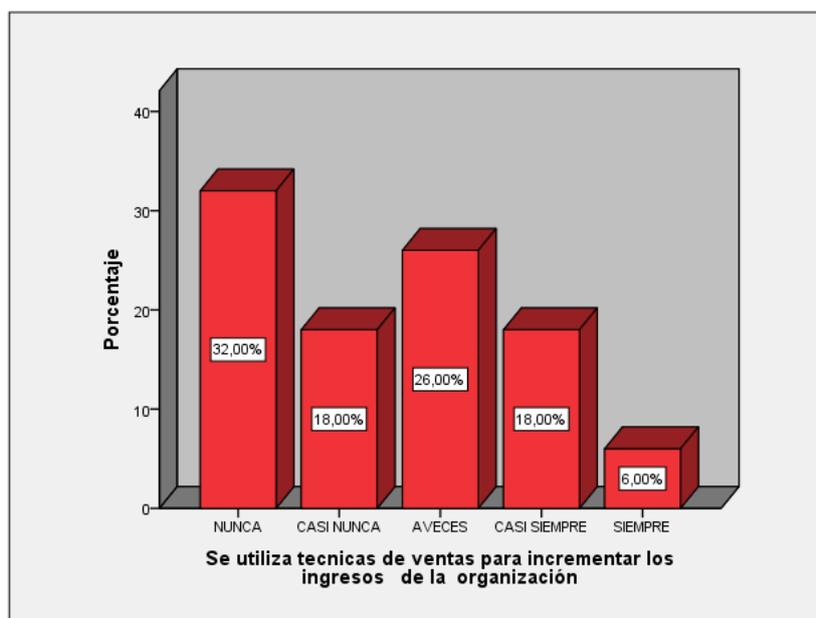
Tabla N° 27

Se utiliza técnicas de ventas para incrementar los ingresos de la organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	16	32,0	32,0	32,0
	CASI NUNCA	9	18,0	18,0	50,0
	A VECES	13	26,0	26,0	76,0
	CASI SIEMPRE	9	18,0	18,0	94,0
	SIEMPRE	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 16: Grafico de barras de técnica de ventas para maximizar ganancias.



Fuente: Tabla N° 27

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 32% mencionaron que nunca se utiliza técnica de ventas para incrementar los ingresos debido a los altos costos de la mercadería, el 26% mencionaron que a veces se utiliza técnica de ventas para incrementar los ingresos, el 18% mencionaron que casi nunca y casi siempre se utiliza técnica de ventas para incrementar los ingresos respectivamente y el 6% mencionaron que siempre se utiliza técnica de ventas para incrementar los ingresos.

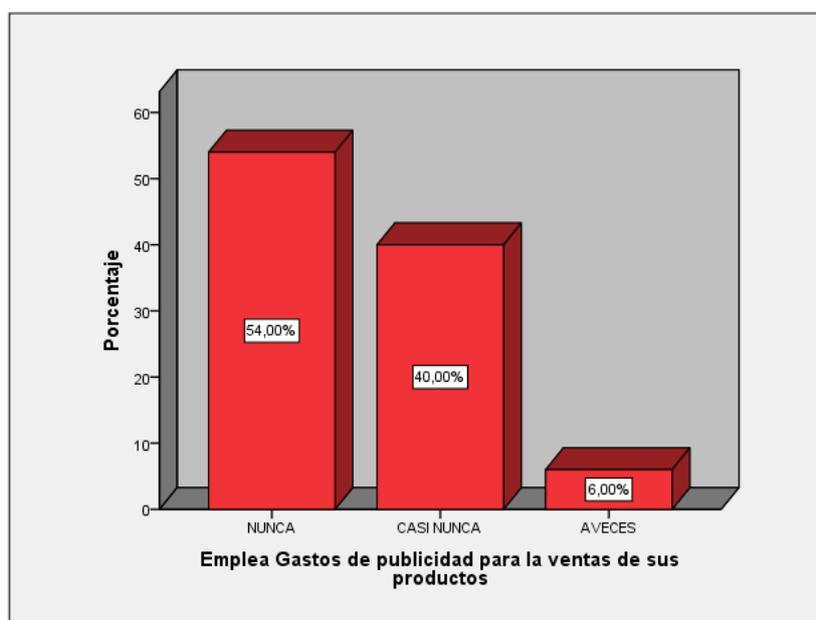
Tabla N° 28:

Emplea Gastos de publicidad para la ventas de sus productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	27	54,0	54,0	54,0
	CASI NUNCA	20	40,0	40,0	94,0
	A VECES	3	6,0	6,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 17: Grafico de barras de gasto de publicidad para ventas de productos.



Fuente: Tabla N° 28

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 54% mencionaron que nunca se emplea gasto de publicidad para las venta de mercancía debido que es relativamente costo para negocio en crecimiento, el 40% mencionaron que casi nunca se emplea gasto de publicidad para las venta de mercancía y el 6% mencionaron que a veces se emplea gasto de publicidad para las venta de mercancía.

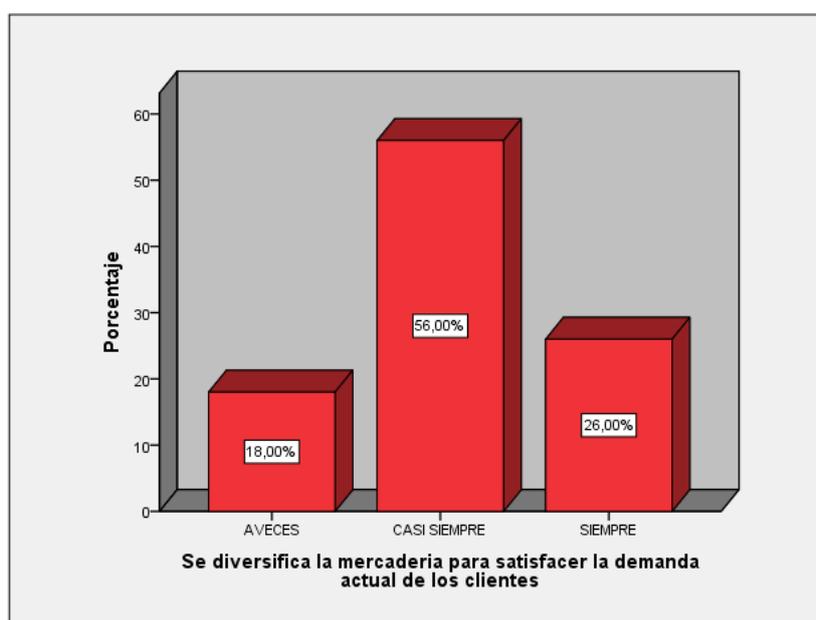
Tabla N° 29

Se diversifica la mercadería para satisfacer la demanda actual de los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	9	18,0	18,0	18,0
	CASI SIEMPRE	28	56,0	56,0	74,0
	SIEMPRE	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 18: Grafico de barras de la diversificación de mercadería para clientes actuales.



Fuente: Tabla N° 29

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 56% mencionaron que casi siempre se diversifica la mercadería para satisfacer la demanda de clientes actuales debido ya que se pretende maximizar la rentabilidad, el 26% mencionaron que siempre se diversifica la mercadería para satisfacer la demanda de clientes actuales y el 18% mencionaron que a veces se diversifica la mercadería para satisfacer la demanda de clientes actuales.

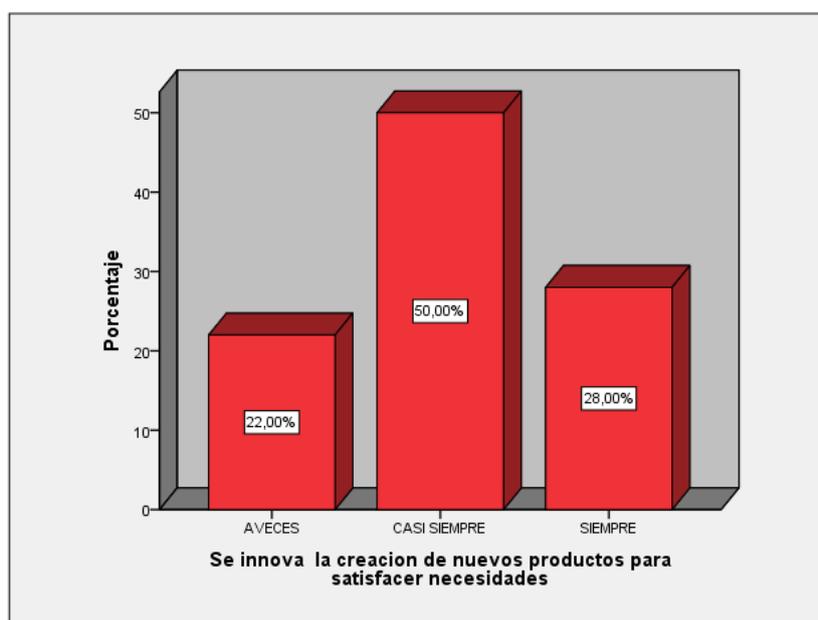
Tabla N° 30

Se innova la creación de nuevos productos para satisfacer necesidades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	11	22,0	22,0	22,0
	CASI SIEMPRE	25	50,0	50,0	72,0
	SIEMPRE	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 19: Grafico de barras de la mejora de la mercadería para satisfacer necesidades



Fuente: Tabla N° 30

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 50% mencionaron que casi siempre se mejora la mercadería para satisfacer las necesidades debido que se fortalezca la demanda actual del cliente, el 28% mencionaron que siempre se mejora la mercadería para satisfacer las necesidades y el 22% mencionaron que a veces se mejora la mercadería para satisfacer las necesidades.

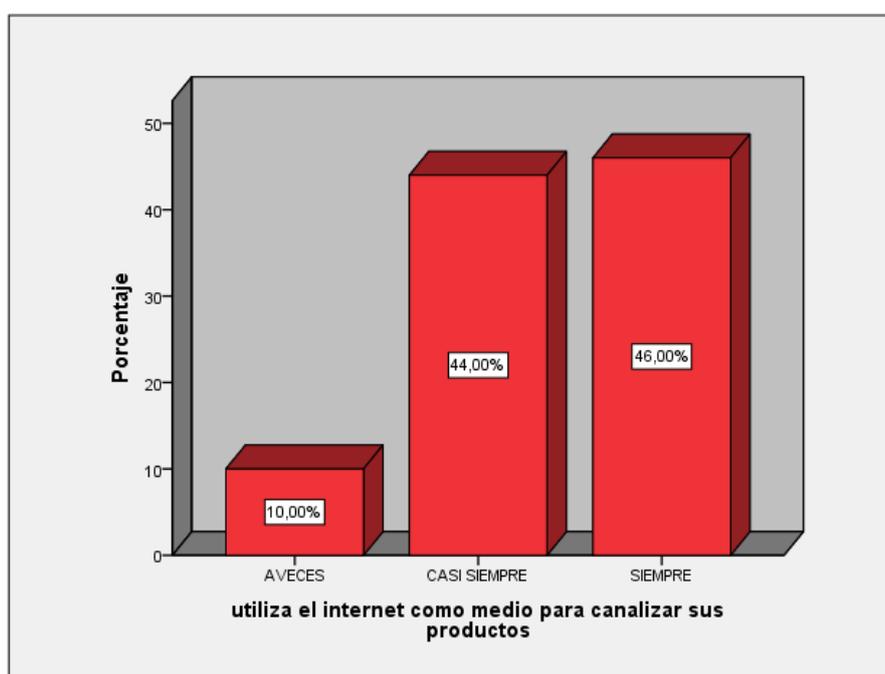
Tabla N° 31

utiliza el internet como medio para canalizar sus productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	5	10,0	10,0	10,0
	CASI SIEMPRE	22	44,0	44,0	54,0
	SIEMPRE	23	46,0	46,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 20: Grafico de barras del internet como medio para canalizar la mercadería.



Fuente: Tabla N° 31

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 46% mencionaron que siempre se utiliza el internet como medio para canalizar la mercadería ya que se aprovecha la tecnología en reducir gastos, el 44% mencionaron que casi siempre se utiliza el internet como medio para canalizar la mercadería y el 10% mencionaron que se utiliza el internet como medio para canalizar la mercadería.

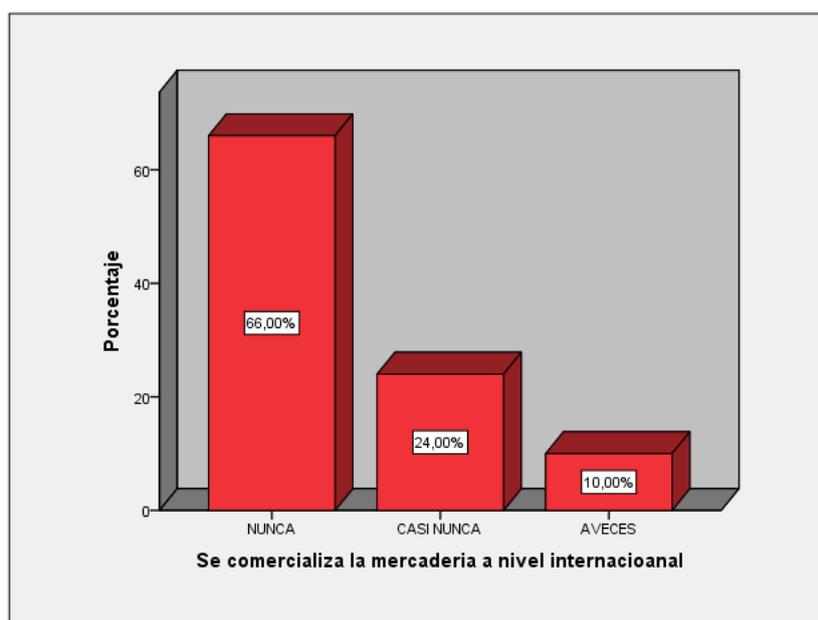
Tabla N° 32

Se comercializa la mercadería a nivel internacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	33	66,0	66,0	66,0
	CASI NUNCA	12	24,0	24,0	90,0
	A VECES	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 21: Grafico de barras de la comercialización de mercadería a nivel internacional.



Fuente: Tabla N° 32

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 66% mencionaron que nunca se comercializa la mercadería a nivel internacional debido a la falta de cultura en la exportación, el 24% mencionaron que casi nunca se comercializa la mercadería a nivel internacional y el 10% mencionaron que a veces se comercializa la mercadería a nivel internacional.

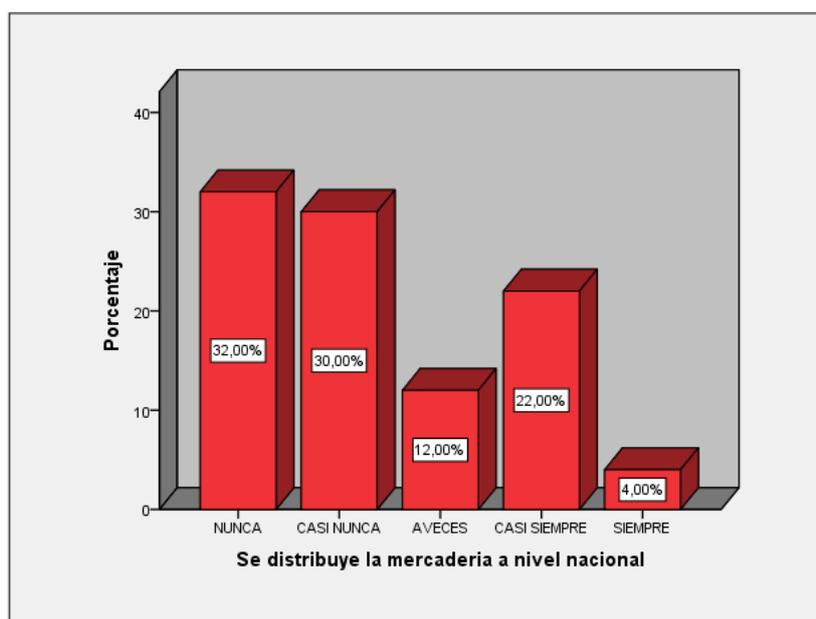
Tabla N° 33

Se distribuye la mercadería a nivel nacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	16	32,0	32,0	32,0
	CASI NUNCA	15	30,0	30,0	62,0
	A VECES	6	12,0	12,0	74,0
	CASI SIEMPRE	11	22,0	22,0	96,0
	SIEMPRE	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 22: Grafico de barras de la comercialización de mercadería a nivel nacional.



Fuente: Tabla N° 33

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 32% mencionaron que nunca se comercializa la mercadería a nivel nacional debido a la falta de cartera de clientes, el 30% mencionaron que casi nunca se comercializa la mercadería a nivel nacional, el 22% mencionaron que casi siempre se comercializa la mercadería a nivel nacional, el 12% mencionaron que a veces se comercializa la mercadería a nivel nacional y el 4% mencionaron que siempre se comercializa la mercadería a nivel nacional.

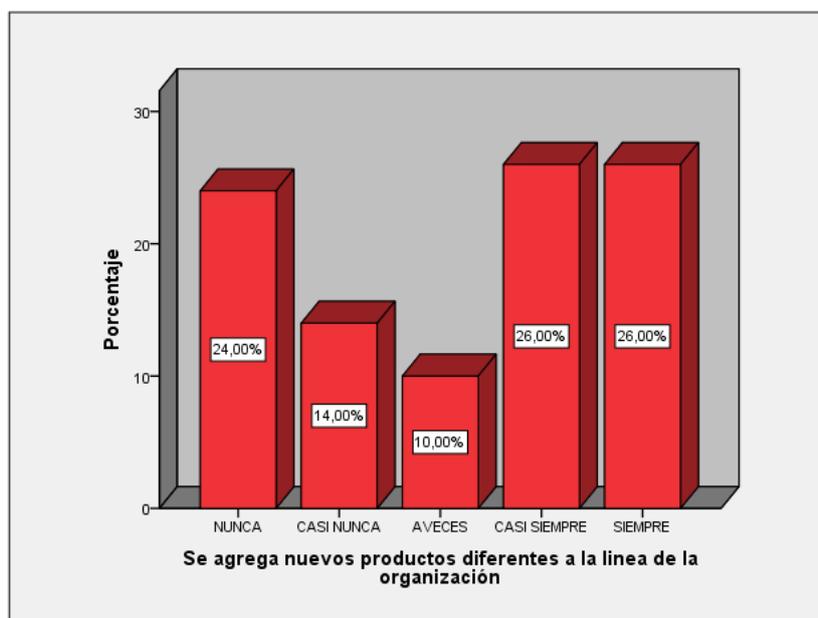
Tabla N° 34

Se agrega nuevos productos diferentes a la línea de la organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	12	24,0	24,0	24,0
	CASI NUNCA	7	14,0	14,0	38,0
	A VECES	5	10,0	10,0	48,0
	CASI SIEMPRE	13	26,0	26,0	74,0
	SIEMPRE	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 23: Grafico de barras de productos distinto a la línea de la organización.



Fuente: Tabla N° 34

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 26% mencionaron que casi siempre y siempre se agrega nuevos productos diferente a la línea de la empresa ya que se quiere percibir mayor ingreso, el 24% mencionaron que nunca se agrega nuevos productos a la línea de la empresa, el 14% mencionaron que casi nunca se agrega nuevos productos a la línea de la empresa y el 10% mencionaron que a veces se agrega nuevos productos a la línea de la empresa.

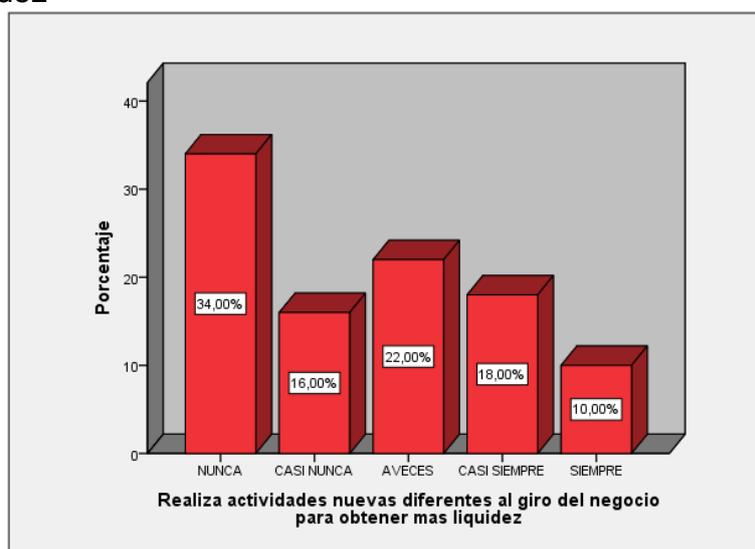
Tabla N° 35

Realiza actividades nuevas diferentes al giro del negocio para obtener más liquidez

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	17	34,0	34,0	34,0
	CASI NUNCA	8	16,0	16,0	50,0
	A VECES	11	22,0	22,0	72,0
	CASI SIEMPRE	9	18,0	18,0	90,0
	SIEMPRE	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 24: Grafico de barras de actividades distintas al giro del negocio para obtener liquidez



Fuente: Tabla N° 35

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 34% mencionaron que nunca se realiza nuevas actividades diferente al giro de la empresa para mayor liquidez debido que no se tiene un plan de negocio donde el riesgo es mayor, el 22% mencionaron que a veces se realiza nuevas actividades diferente al giro de la empresa, el 18% mencionaron que casi siempre se realiza nuevas actividades diferente al giro de la empresa, el 16% mencionaron que casi nunca se realiza nuevas actividades diferente al giro de la empresa y el 10% mencionaron que siempre se realiza nuevas actividades diferente al giro de la empresa.

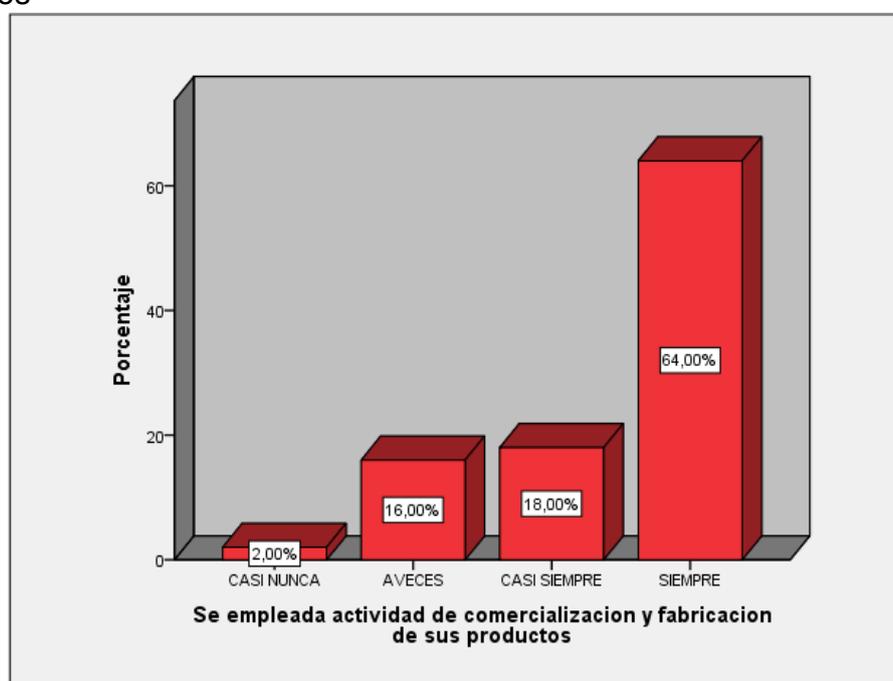
Tabla N° 36

Se empleada actividad de comercialización y fabricación de sus productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	1	2,0	2,0	2,0
	A VECES	8	16,0	16,0	18,0
	CASI SIEMPRE	9	18,0	18,0	36,0
	SIEMPRE	32	64,0	64,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 25: Grafico de barras de comercialización y fabricación de los productos



Fuente: Tabla N° 36

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 64% mencionaron que siempre se realiza la comercialización y fabricación de los productos debido que pretende percibir cliente con la marca, el 18% mencionaron que casi siempre se realiza la comercialización y fabricación de los productos, el 16% mencionaron que a veces se realiza la comercialización y fabricación de los productos y el 2% mencionaron que casi nunca se realiza la comercialización y fabricación de los productos.

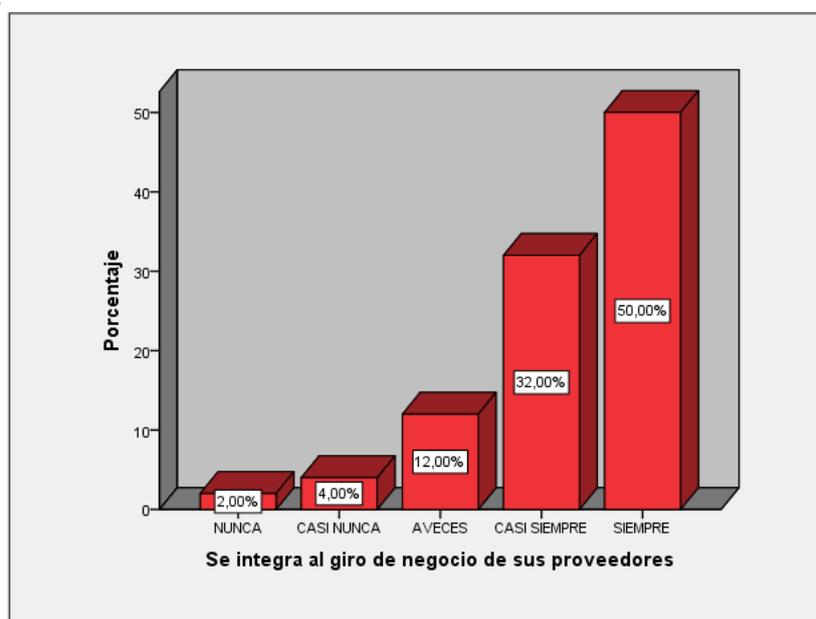
TABLA N° 37

Se integra al giro de negocio de sus proveedores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	2,0	2,0	2,0
	CASI NUNCA	2	4,0	4,0	6,0
	A VECES	6	12,0	12,0	18,0
	CASI SIEMPRE	16	32,0	32,0	50,0
	SIEMPRE	25	50,0	50,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 26: Grafico de barras de la integración al giro de negocio del proveedor.



Fuente: Tabla N° 37

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 50% mencionaron que siempre se integra al giro del negocio de su proveedor debido que se pretende maximizar rentabilidad además de minimizar costos, el 32% mencionaron que casi siempre se integra al giro del negocio de su proveedor, el 12% mencionaron que a veces se integra al giro del negocio de su proveedor, el 4% mencionaron que casi nunca se integra al giro del negocio de su proveedor y el 2% mencionaron que nunca se integra al giro del negocio de su proveedor.

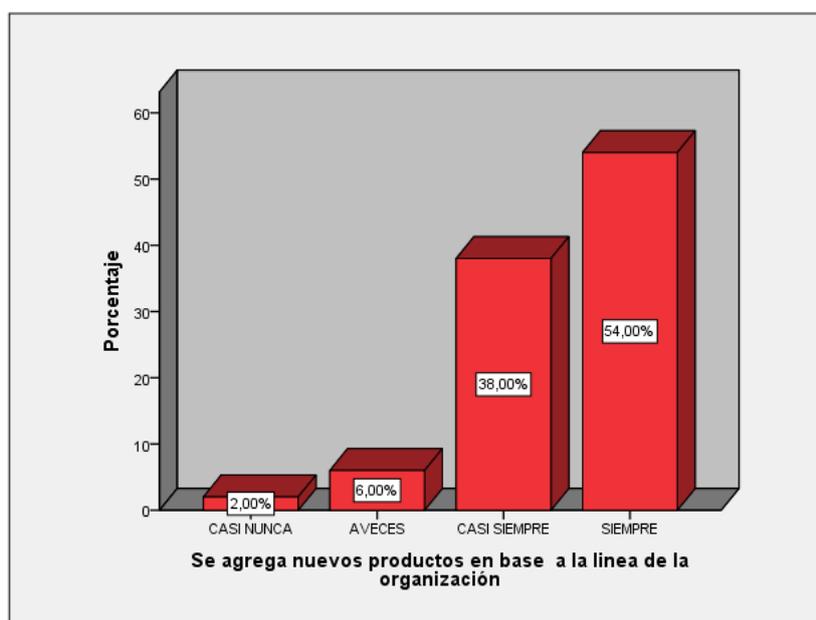
Tabla N° 38

Se agrega nuevos productos en base a la línea de la organización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	1	2,0	2,0	2,0
	A VECES	3	6,0	6,0	8,0
	CASI SIEMPRE	19	38,0	38,0	46,0
	SIEMPRE	27	54,0	54,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 27: Grafico de barras de la adición de nuevos productos en base a la línea de la empresa



Fuente: Tabla N° 38

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 54% mencionaron que siempre se agrega nuevos productos en base al objeto social de la empresa ya que se pretende maximizar las ganancias diversificando mercadería, el 38% mencionaron que casi siempre se agrega nuevos productos en base al objeto social de la empresa, el 6% mencionaron que a veces se agrega nuevos productos en base al objeto social y el 2% mencionaron que casi nunca se agrega nuevos productos en base al objeto social de la empresa.

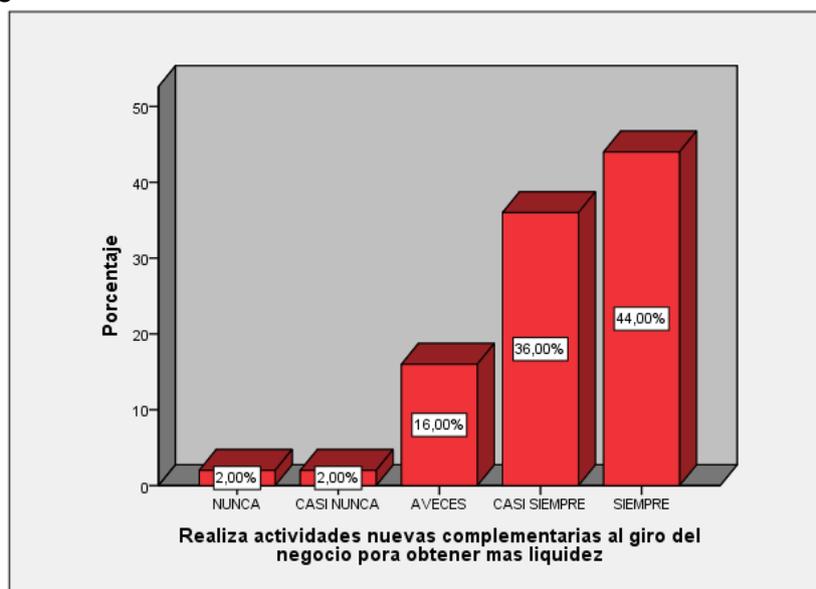
Tabla N° 39

Realiza actividades nuevas complementarias al giro del negocio para obtener más liquidez

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	2,0	2,0	2,0
	CASI NUNCA	1	2,0	2,0	4,0
	A VECES	8	16,0	16,0	20,0
	CASI SIEMPRE	18	36,0	36,0	56,0
	SIEMPRE	22	44,0	44,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 28: Grafico de barras de actividades nuevas complementarias al giro del negocio



Fuente: Tabla N° 39

Interpretación

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 44% mencionaron siempre se realiza actividades nuevas complementarias al giro del negocio ya que se maximiza rentabilidad y el riesgo es menor, el 36% mencionaron que casi siempre se realiza actividades nuevas complementarias al giro del negocio, el 16% mencionaron que a veces se realiza actividades nuevas complementarias al giro del negocio y el 2% mencionaron que nunca y casi nunca se realiza actividades nuevas complementarias al giro del negocio

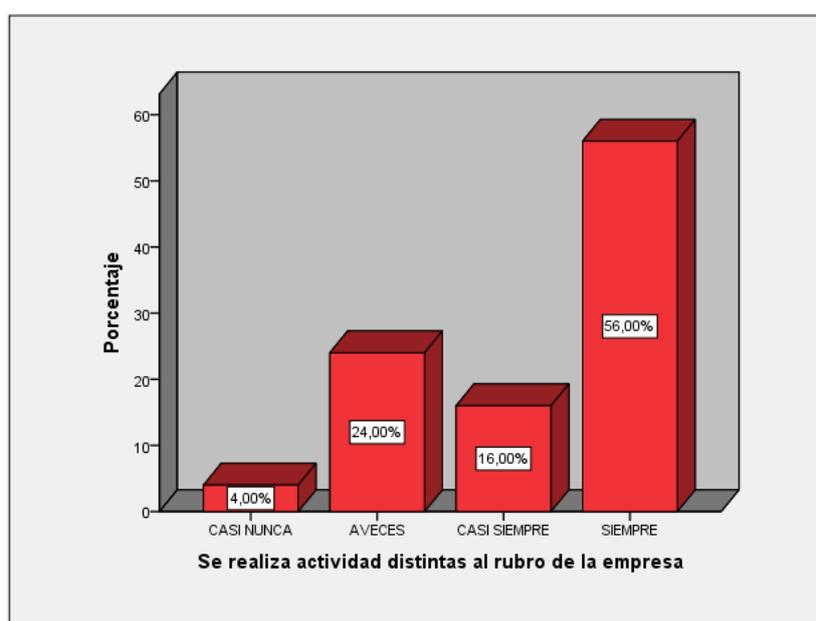
Tabla N° 40

Se realiza actividad distintas al rubro de la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	2	4,0	4,0	4,0
	A VECES	12	24,0	24,0	28,0
	CASI SIEMPRE	8	16,0	16,0	44,0
	SIEMPRE	28	56,0	56,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 29: Grafico de barras de actividades distintas al rubro de la empresa



Fuente: Tabla N° 40

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 56% mencionaron siempre se realiza actividad completamente distintas al rubro de la empresa debido al riesgo al fracaso, el 24% mencionaron que a veces se realiza actividad completamente distintas al rubro de la empresa, el 16% mencionaron que a veces se realiza actividad completamente distintas al rubro de la empresa y el 4% mencionaron que casi nunca se realiza actividad completamente distintas al rubro de la empresa.

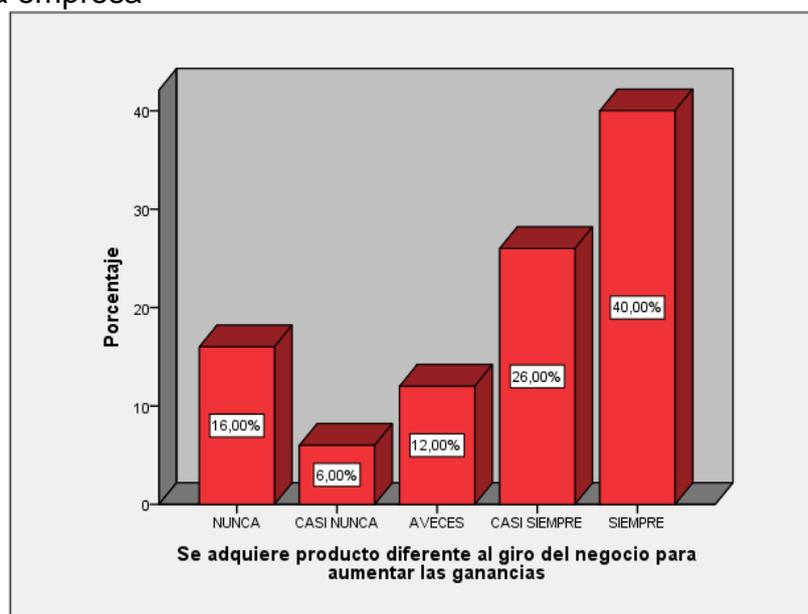
Tabla N° 41

Se adquiere producto diferente al giro del negocio para aumentar las ganancias

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	8	16,0	16,0	16,0
	CASI NUNCA	3	6,0	6,0	22,0
	A VECES	6	12,0	12,0	34,0
	CASI SIEMPRE	13	26,0	26,0	60,0
	SIEMPRE	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Figura N° 30: Grafico de barras de productos totalmente diferente al objeto social de la empresa



Fuente: Tabla N° 41

Interpretación:

De la encuesta aplicada a las mypes de la galería centro de la moda del distrito de la Victoria, periodo 2017 realizadas a 50 colaboradores se obtuvo que el 40% mencionaron que siempre se adquiere productos totalmente diferente al objeto social de la empresa ya que al diferenciar la mercadería se maximiza la rentabilidad, el 24% mencionaron que a veces se realiza actividad completamente distintas al rubro de la empresa, el 16% mencionaron que a veces se realiza actividad completamente distintas al rubro de la empresa y el 4% mencionaron que casi nunca se realiza actividad completamente distintas al rubro de la empresa

Tablas Cruzadas

Tabla N° 42

Tabla cruzada entre financiamiento y crecimiento empresarial
Recuento

		Crecimiento empresarial			Total
		BAJO	MEDIO	ALTO	
Financiamiento	BAJO	28,0%	4,0%	2,0%	34,0%
	MEDIO	8,0%	22,0%	4,0%	34,0%
	ALTO		8,0%	24,0%	32,0%
Total		36,0%	34,0%	30,0%	100,0%

Interpretación:

En la Tabla n° 36, se observa la relación entre los recuentos según las variables en los siguientes términos; del 34% trabajadores que señalaron una baja incidencia del financiamiento, el 28% señalaron que genero un bajo crecimiento empresarial , el 4% señalaron que genero un medio crecimiento empresarial y el 2% señala que genero un alto crecimiento empresarial; del 34% trabajadores que señalaron una media incidencia del financiamiento, el 22% señalo que genero un medio crecimiento empresarial, 8% señalaron que genero un bajo crecimiento empresarial y 4% señalaron que genero un alto crecimiento empresarial, finalmente del 32% de trabajadores que señalaron una alta incidencia del financiamiento ,24% señalaron que genero un alto crecimiento empresarial y 8% señalaron que genero un medio crecimiento empresarial.

Tabla N° 43

Tabla cruzada entre fuente propia y crecimiento empresarial
Recuento

		Crecimiento Empresarial			Total
		BAJO	MEDIO	ALTO	
Fuente Propia	BAJO	32,0%	10,0%	2,0%	44,0%
	MEDIO	4,0%	14,0%	4,0%	22,0%
	ALTO	0	10,0%	24,0%	34,0%
Total		36,0%	34,0%	30,0%	100,0%

Interpretación

En la Tabla n° 37, se observa la relación entre los recuentos según la dimensión fuente propia y la variable crecimiento empresarial en los siguientes términos; del 44% trabajadores que señalaron una baja incidencia del financiamiento por fuente propia, 32% señalaron que genero un bajo crecimiento

empresarial ,10% señalaron que genero un medio crecimiento empresarial y 2% señalo que genero un alto crecimiento empresarial; del 22% trabajadores que señalaron una media incidencia del financiamiento por fuentes propia, 14% señalaron que genero un medio crecimiento empresarial,4% señalaron que genero un bajo crecimiento empresarial y 4% señalaron que genero un alto crecimiento empresarial, finalmente del 34% trabajadores que señalaron una alta incidencia del financiamiento por fuente propia,24% señalaron que genero un alto crecimiento empresarial y 10% señalaron que genero un medio crecimiento empresarial.

Tabla N° 44

Tabla cruzada entre fuente ajena y crecimiento empresarial

Recuento

		Crecimiento Empresarial			Total
		BAJO	MEDIO	ALTO	
Fuentes Ajenas	BAJO	22,0%	10,0%	4,0%	36,0%
	MEDIO	10,0%	10,0%	10,0%	30,0%
	ALTO	4,0%	14,0%	16,0%	34,0%
Total		36,0%	34,0%	30,0%	100,0%

Interpretación

En la Tabla N° 38, se observa la relación entre los recuentos según la dimensión fuente ajena y la variable crecimiento empresarial en los siguientes términos; de los 36% trabajadores que señalaron una baja incidencia del financiamiento por fuente ajena,22% señalaron que genero un bajo crecimiento empresarial ,10% señalaron que genero un medio crecimiento empresarial y 4% señalo que genero un alto crecimiento empresarial; de los 30% trabajadores que señalaron una media incidencia del financiamiento por fuentes ajena,10% señalaron que genero un medio crecimiento empresarial,10% señalaron que genero un bajo crecimiento empresarial y 10% señalaron que genero un alto crecimiento empresarial, finalmente de los 34% trabajadores que señalaron una alta incidencia del financiamiento por fuente ajena,16% señalaron que genero un alto crecimiento empresarial, 10% señalaron que genero un medio crecimiento empresarial y 4% señalaron que genero un bajo crecimiento empresarial.

3.4 Validación de Hipótesis

3.4.1 Prueba de normalidad Financiamiento y crecimiento empresarial

Tabla N° 45

Pruebas de normalidad de financiamiento y crecimiento empresarial

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
FINANCIAMIENTO	,366	50	,000	,729	50	,000
CRECIMIENTO EMPRESARIAL	,249	50	,000	,830	50	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación:

La tabla N°39, muestra los resultados de la prueba de normalidad con el estadístico del contraste kolmogorov-smirnov para la variable financiamiento, con un P-valor (sig.) de 0,000. Para la segunda variable, el estadístico toma el valor 0,000; siendo menores a 0,05 en ambos casos.

Por lo que se determina que los datos de ambas variables no derivan de una distribución normal, lo cual pone de manifiesto que debemos realizar la prueba no paramétrica Rho de Spearman.

Dimensiones de la variable financiamiento

Tabla N° 46

Pruebas de normalidad: Dimensiones de financiamiento

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
FUENTES PROPIAS	,348	50	,000	,722	50	,000
FUENTES AJENAS	,469	50	,000	,540	50	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación:

La Tabla 40, muestra los resultados de la prueba de normalidad con el estadístico del contraste kolmogorov-smirnov para las dimensiones de la variable financiamiento, con un P-valor (Sig.) de 0,000 para ambos; siendo menores a 0,05. Por lo que se determina que los datos de las dimensiones de la variable financiamiento no derivan de una distribución normal, lo cual se pone de manifiesto que debemos realizar la prueba no paramétrica Rho de Spearman.

Dimensiones de la variable crecimiento empresarial

Tabla N° 47

Pruebas de normalidad: dimensiones de crecimiento empresarial

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
CRECIMIENTO POR EXPANSION	,256	50	,000	,790	50	,000
CRECIMIENTO POR DIVERSIFICACION	,295	50	,000	,754	50	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación:

La Tabla N° 41, muestra los resultados de la prueba de normalidad con el estadístico del contraste Kolmogorov-Smirnov para las dimensiones de la variable Crecimiento Empresarial, con un P-valor (Sig.) de 0,000 para ambos; siendo menores a 0,05. Por lo que se determina que los datos de las dimensiones de la variable crecimiento empresarial no derivan de una distribución normal, lo cual se pone de manifiesto que debemos realizar la prueba no paramétrica Rho de Spearman.

3.4.2 Prueba de hipótesis general

H0: No Existe relación entre Financiamiento y Crecimiento empresarial de las MYPES de la galería Centro de La Moda, La Victoria, Lima 2017.

Ha: Existe relación entre Financiamiento y Crecimiento empresarial de las MYPES de la galería Centro de La Moda, La Victoria, Lima 2017.

Regla de decisión:

P-valor (sig.) < 0.05 Rechazar HIPOTESIS NULA, aceptar HIPOTESIS ALTERNA.

P-valor (sig.) > 0.05 aceptar HIPOTESIS NULA, rechazar HIPOTESIS ALTERNA

Tabla N° 48

Correlación entre financiamiento y crecimiento empresarial.

			Financiamiento	CRECIMIENTO EMPRESARIAL
Rho de Spearman	Financiamiento	Coeficiente de correlación	1,000	,719**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
Crecimiento Empresarial	Crecimiento Empresarial	Coeficiente de correlación	,719**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

En la tabla N°42, podemos observar el P-valor (sig.) alcanzando de 0,000 siendo menor a 0.05. Por lo tanto se procede a rechazar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna que Existe relación entre Financiamiento y Crecimiento empresarial de las Mypes en la galería Centro de la Moda, La Victoria, Lima 2017. El coeficiente de correlación Rho Spearman resulto 0,719; lo cual representa una correlación alta según la tabla N°04 Rango de correlación Rho de Spearman.

3.4.3 Prueba de Hipótesis específica 1

H0: No Existe relación entre fuentes propias y Crecimiento empresarial de las mypes de la galería Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017.

Ha: Existe relación entre fuentes propias y Crecimiento empresarial de las mypes de la galería Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017.

Regla de decisión:

P-valor (sig.) < 0.05 Rechazar HIPOTESIS NULA, aceptar HIPOTESIS ALTERNA.

P-valor (sig.) > 0.05 aceptar HIPOTESIS NULA, rechazar HIPOTESIS ALTERNA

Tabla N° 49

Correlación entre fuentes propias y crecimiento empresarial

			FUENTES PROPIAS	CRECIMIENTO EMPRESARIAL
Rho de Spearman	FUENTES PROPIAS	Coeficiente de correlación	1,000	,730**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	CRECIMIENTO EMPRESARIAL	Coeficiente de correlación	,730**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

En la tabla N°43, podemos observar el P-valor (sig.) alcanzando de 0,000 siendo menor a 0.05. Por lo tanto se procede a rechazar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna que Existe relación entre fuentes propias y crecimiento empresarial de las Mypes en la galería Centro de La Moda, La Victoria, Lima 2017. El coeficiente de correlación Rho Spearman resulto 0,730; lo cual representa una correlación alta según la tabla N° 04 Rango de correlación Rho de Spearman.

3.4.4 Prueba de hipótesis específica 2.

H0: No Existe relación entre fuentes propias y Crecimiento empresarial de las MYPES en la galería Centro de La Moda, La Victoria, Lima 2017.

Ha: Existe relación entre fuentes propias y Crecimiento empresarial de las MYPES en la galería Centro de La Moda, La Victoria, Lima 2017.

Regla de decisión:

P-valor (sig.) < 0.05 Rechazar HIPOTESIS NULA, aceptar HIPOTESIS ALTERNA.

P-valor (sig.) > 0.05 aceptar HIPOTESIS NULA, rechazar HIPOTESIS ALTERNA

Tabla N° 50

Correlaciones entre fuentes propias y crecimiento empresarial

			FUENTES AJENAS	CRECIMIENTO EMPRESARIAL
Rho de Spearman	FUENTES AJENAS	Coeficiente de correlación	1,000	,520**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	CRECIMIE NTO EMPRESA RIAL	Coeficiente de correlación	,520**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

En la tabla N°44, podemos observar el P-valor (sig.) alcanzando de 0,000 siendo menor a 0.05. Por lo tanto se procede a rechazar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna que Existe relación entre fuentes ajenas y crecimiento empresarial de las MYPES en la galería Centro de La Moda, La Victoria, Lima 2017. El coeficiente de correlación Rho Spearman resulto 0,520; lo cual representa una correlación moderada según la tabla N°4 Rango de correlación Rho de Spearman.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

Discusión

De los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, se puede establecer la siguiente discusión e interpretación.

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal comprobar que el financiamiento se relaciona con el crecimiento empresarial de las mypes de la galería galería Centro De La Moda, La victoria.2017.

En la prueba de validez de los instrumentos se procedió a utilizar el Alpha de Cronbach obteniendo como resultados 0.804 y 0.800 para los instrumentos financiamiento y crecimiento empresarial, los cuales constan de 15 items cada uno, teniendo un nivel de confiabilidad del 96% siendo un valor optimo del alpha de cronbach aquel valor que se aproxime más a 1 y que sus valores sean superiores a 0.7, los cuales garantizan la fiabilidad de dicha escala, en el caso de este estudio ambos valores son superiores a 0.7, por lo que nos permite decir que los instrumentos son los suficientemente confiables.

Según los resultados estadísticos obtenidos, el financiamiento tiene relación con el crecimiento empresarial de las mypes de la galería Centro De La Moda del distrito de la Victoria, año 2017, debido a que en los resultados obtenidos de la hipótesis general se aplicó la prueba de Rho Spearman, donde P-valor (sig.) alcanzando de 0,000 siendo menor a 0.05. Por lo tanto se procede a rechazar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna que Existe relación entre Financiamiento y Crecimiento empresarial de las Mypes en la galería Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017. , El coeficiente de correlación Rho Spearman resulto 0,719 lo cual representa una correlación alta, es así que esta prueba nos permite mencionar que el financiamiento se relaciona con el crecimiento empresarial de las mypes de la galería Centro De La Moda, La Victoria, 2017. Estos resultados confirman el estudio realizado por Kong y Moreno (2014), quienes señalan que “Las fuentes de financiamiento han influenciado de manera positiva en el desarrollo de las mypes del Distrito de San José, gracias a que dichas fuentes les han permitido acceder a créditos para financiar sus inversiones en capital de trabajo, activos fijos y tecnología, Impulsándolos a una mejora tanto en su producción como en sus ingresos, ya que ahora cuentan con un mejor inventario para ofrecer a sus clientes”. Así

mismo señalan que “Las mypes han respondido favorablemente a las diferentes fuentes de financiamiento, ya sea por un ahorro personal o por la participación de entidades financieras, pero pese a este progreso aún persiste una carencia de cultura crediticia, una falta de gestión empresarial, escasos recursos económicos y una falta de asesoramiento en temas comerciales; estos son aspectos que limitan a muchos emprendedores de poder invertir en nuevas tecnologías que les pueda generar una reducción en costos y un mejor margen de ingresos”. Además señalan que “Gran parte de las mypes se han mantenido en un estado de equilibrio, limitando su capacidad gestora al destinar efectivamente su financiamiento, pero que pese a ello tanto su producción como sus ingresos son los que mayor impacto han tenido gracias al financiamiento obtenido, que en su mayoría fue de fuentes externas. Aunque existe una proporción de emprendedores que gracias a sus ahorros generaron empresa para tener una fuente de ingreso permanente, frente a las bajas en su actividad principal como la pesca y construcción naval que destaca en el Distrito”.

En caso de los resultados obtenidos de la hipótesis específica N°1 se aplicó la prueba de Rho de Spearman, donde el P-valor (sig.) alcanzando de 0,000 siendo menor a 0.05. Por lo tanto se procede a rechazar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna que Existe relación entre fuentes propias y crecimiento empresarial de las Mype en la galería Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017. El coeficiente de correlación Rho Spearman resulto 0,730; lo cual representa una correlación alta, es así que esta prueba nos permite mencionar que las fuentes propias se relaciona con el crecimiento empresarial de las mypes de la galería Centro De La Moda del distrito de la Victoria, Lima 2017, así mismo estos resultados confirman el estudio realizado por Tello (2014), señala que “Las mypes del distrito de Pacasmayo enfrentan un problema en el limitado financiamiento por parte de los bancos el mismo que restringe su crecimiento y desarrollo; siendo las entidades no bancarias como las cajas municipales, Cajas Rurales, Cooperativa de Ahorro y Crédito, Financiera las que otorgan con mayor financiamiento.”. Así mismo Pilar (2015), señala que “el principal problema que la empresa Romisa EIRL afronta es el difícil acceso a recursos financieros, debido al alto costo de interés que cobra y los demasiados requisitos y trámites que solicita el sistema financiero ya que considera muy riesgoso otórgales un préstamo”.

En caso de los resultados obtenidos de la hipótesis específica N°2 se aplicó la prueba del Rho Spearman, donde el valor P-valor (sig.) alcanzando de 0,000 siendo menor a 0.05. Por lo tanto se procede a rechazar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna que Existe relación entre fuentes ajenas y crecimiento empresarial de las Mypes en la galería Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017. El coeficiente de correlación Rho Spearman resulto 0,520; lo cual representa una correlación moderada, es así que esta prueba nos permite mencionar que las fuentes ajenas se relaciona con el crecimiento empresarial de las mypes de la galería galería Centro De La Moda, Lima 2017, así mismo estos resultados confirman el estudio realizado por Mina (2015), señala que “la mejor fuente de financiamiento tomando en cuenta el endeudamiento con una institución financiera, aportes de socios y una fusión, de acuerdo al estudio realizado y verificado los resultados obtenidos, la empresa cuenta con poco recursos propios como para acceder con sus propios fondos la expansión, por lo que se estableció que la mejor fuente de financiamiento se obtiene de la deuda a largo plazo”. Además Tello (2014), menciona que “las mypes que financiaban su capital con capital ajeno generan mayor rentabilidad. En general los empresarios encuestados manifiestan que están conforme con la realidad obtenida, por estar por encima de lo valores esperados”. Así mismo Pilar (2015), señala que “ las mypes suelen solicitar préstamos a las cajas municipales de ahorro y crédito en donde no les solicita muchos tramites pero la evaluación que les realiza es su capacidad de pago y según ellos le prestan, y por ser una mype no son aptos para un préstamo grande”.

En la tabla N° 14 , N° 15 y N°16 hace referencia que el 2%, 6% y 4% utilizan el préstamo bancario de instituciones financieras para activo fijos, así como capital de trabajo, por medio del se maximiza la rentabilidad. Estos resultados confirman el estudio realizado por Paniagua (2013), señala que “El financiamiento bancario afecta de forma positiva al crecimiento de las empresas, a través de las inversiones, es decir las empresas que poseen financiamiento bancario invierten más y estas inversiones a su vez promueven el crecimiento de las mismas empresas por ende se afirma que existe una relación directa entre el financiamiento y el crecimiento empresarial”. Así mismo señala que “el crédito bancario también promueven la reinversión de las empresas, donde empresas que tienen acceso al financiamiento bancario reinvierten una proporción mayor

de sus ganancias en la misma, que aquellas empresas que no tienen acceso al crédito bancario. De esta forma se inicia un ciclo virtuoso entre financiamiento bancario y financiamiento interno beneficiando particularmente a las empresas más pequeñas ya que al poseer un crédito bancario las reinvierten más, siendo de esta forma más confiable para los bancos al poseer un capital que las respalde”.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

Conclusiones

La información obtenida en el trabajo de investigación nos permite determinar las siguientes conclusiones:

Según la hipótesis general planteada, se ha logrado contrastar y verificar con la realidad, que el financiamiento se relaciona con el crecimiento empresarial de las mypes de la galería Centro De La Moda distrito de la victoria año 2017; dado que aplicar el financiamiento en las empresas influye el crecimiento empresarial, puesto que financiar las inversiones de capital de trabajo, activos fijos y expansión en el mercado maximiza la rentabilidad, la productividad de la empresa. y la capacidad de crecimiento.

Se puede concluir ante la primera hipótesis específica planteada y validada, que las fuentes propias se relaciona con crecimiento empresarial de las mypes de la galería Centro De La Moda distrito la victoria año 2017; ya que con el uso de las fuentes propias podrá incrementar sus fondos disponibles mejorando el desarrollo de su producción y su productividad, Además repercutirá en el mercado de trabajo debido a que el crecimiento de la microempresa va acompañado con el aumento de la cantidad y necesidad de trabajo. De esta manera la empresa podrá desarrollarse y crecer adecuadamente.

Como conclusión final, frente a la segunda hipótesis específica planteada y validada, se obtiene como resultado que las fuentes ajenas se relaciona con el crecimiento empresarial de las mypes de la galería Centro De La Moda distrito de la Victoria año 2017, dado que la aplicación de las fuentes externas se desembolsa el efectivo en un periodo de tiempo acordado, puesto que financiar con instituciones financiera beneficia en el aspecto tributario los intereses disminuyen el impuesto a la renta.

CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES

Recomendaciones

Como resultado del presente trabajo de investigación se aportan las siguientes recomendaciones:

Se recomienda a las mypes de la galería Centro De La Moda del distrito de las Victoria, ejecutar un plan financiero, evaluando los distintos mecanismo de financiamiento ,aplicando los instrumentos financieros de solvencia ;lo cual permitirá medir la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones de pago tanto a corto plazo y largo plazo, así mismo un análisis a los Estado Financieros de la estructura de capital ;lo cual permitirá conocer como está financiada la entidad que tanto porcentaje representa los pasivo y el patrimonio del activo.

Se recomienda que las mypes de la galería Centro De La Moda del distrito de la victoria a medida que se vaya expandiendo en mercado se les abrirá mayores opciones de financiamiento, debido a los distintos mecanismo de financiamiento que existe en el mercado formal y elegir el correcto teniendo en cuenta que el endeudamiento se destina para la inversión y no para cubrir obligaciones, puesto que manejar superficialmente de las finanzas de una empresa puede traer problemas legales y tributarios.

Se recomienda al ministerio de la producción (Produce) y al ministerio de economía y finanzas de crear un fondo de protección al financiamiento de las mypes con las instituciones financieras, que fortalezca ,facilite e impulse la productividad y el desarrollo, con la finalidad de adquirir y renovar los activos y el capital de trabajo canalizando por medio de cofidde y reguladas por la superintendencia de banca y seguros y afp (SBS).además de implementar un bono al buen pagador a cargo del fondo para incentivar el cumplimiento de las obligaciones .

CAPÍTULO VII: REFERENCIAS

- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (3.ª ed.). Colombia: Pearson Educación
- Carrillo, V. (2015). *Análisis de las fuentes de financiamiento y el crecimiento financiero de la empresa Lombardía S.A* (Tesis de Maestría, Universidad Técnica de Ambato). (Acceso el 14 de octubre de 2017)
- Casanovas, M. y Beltran, J. (2013), *La financiación de la empresa: Cómo optimizar las decisiones de financiación para crear valor*. España: Profit Editorial
- Cepal (2013). *Perspectivas económicas de América Latina 2013*. Recuperado de <http://www.ulacit.ac.cr/carreras/documentosULACIT/Carreras/MANUAL%20APA%20ULACIT%20actualizado%202012.pdf>.
- Constitución política del Perú (1993).
- Duran, H. (2011). *Diccionario de finanzas*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=iMcUnfvdJsoC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Decreto legislativo N° 1269 (2016). *Decreto legislativo que crea el régimen mype tributario del impuesto a la renta*.
- Econit2(2017). *Financiación interna*. Recuperado de <http://www.econit2.eu/es/training/6-access-to-finance/6-2-internal-financing/>
- Esteves, A. (2012). *Investigación científica*. Recuperado de <http://investigacioncientifica774.blogspot.pe/>.
- Flores, J. (2013). *Finanzas aplicadas a la gestión empresarial*. (3.ª ed.). Perú: Cecof Asesorías E.I.R.L
- Fred, D. (2013). *Concepto de administración estratégica*. (14.ª ed.). México: Pearson Educación.
- Fenton, O. y Padilla Pérez, R. (2012). *Financiamiento de la banca comercial a micro, pequeñas y medianas empresas en México*. Recuperado de http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4919/S1200095_es.pdf?sequence=1.
- Gallardo, R. (2012). *Administración Estratégica De La Visión A La Ejecución*. (1.ª ed.). México: Alfaomega Grupo Editorial S.A
- García, E. (2016). *Efectos del financiamiento en las medianas y pequeñas*

empresas Agroindustriales del distrito Iocumba, Provincia Jorge Basadre – Tacna 2016.(tesis de contador público). (Acceso el 10 de setiembre de 2017).

Gareth, J. (2013). *Teoría organizacional diseño y cambio en las organizaciones.* (7ª.ed.).Mexico:Pearson Educacion.

Guajardo, G. y Andrade, N. (2012).*contabilidad para no contadores.* (2ª.ed.).Mexico:Mcgraw-Hill/Interamericana editores,S.A. de C.V.

Habilidades para innovar.(octubre,2015).*Innovar.* Recuperado de <http://www.habilidadesparainnovar.com/evolucion-del-producto-mercado-0/>.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014).*Metodología de la investigación.* (6.a ed.). D.F. México: McGraw-Hill Interamericana.

Hoyos, R. (2013). *Plan de marketing: diseño, implementación y control.* (1ª.ed.). Colombia:Ecoe Ediciones.

Inei (2013).*Resultados de la Encuesta de Micro y Pequeña Empresa 2013.*Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1139/libro.pdf.

Kong, J. y Moreno, J. (2014). *Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las Mypes del distrito de San José- Lambayeque en el periodo 2010- 2012.* (Tesis de licenciado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo), (Acceso el 27 de noviembre de 2017).

Lira, P. (2016).*Apuntes de finanzas operativas.* (1.ª ed.).Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas S. A. C.

Longenecker, J., Petty, J., Paliech, L. y Hoy, F. (2013). *Administración de pequeñas empresas lanzamiento y crecimiento de iniciativas de emprendimiento.*(16ª.ed.).Mexico.Editorial: Gengage Learning Editores,S.A de C.V.

Mina, V.(2015). *PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO PARA EL CRECIMIENTO Y EXPANSIÓN DE LA EMPRESA FLORICOLA FLORANY S.A. DEL 1 DE ENERO DE 2014 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014.*(tesis de licenciado,Universidad de las fuerzas armadas),(Acceso el 26 de noviembre de 2017).

Ortega, R. (2007). *Factores determinantes de la estructura financiera: Un análisis comparativo de empresas cotizadas de la Unión Europea.*

Madrid, España.

- Padilla, C. (2012), *Gestión Financiera*. (1.ª ed.). Colombia: Ecoe Ediciones
- Paniagua, C. (2013). *IMPACTO DEL FINANCIAMIENTO BANCARIO EN EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS FORMALES CHILENAS* (tesis de licenciado, Universidad de Chile). (Acceso el 26 de noviembre de 2011).
- Pilar, Y. (2015). *Participación del financiamiento en la gestión económica y financiera de las Empresas comerciales del Perú. Caso mype Imprenta remisa EIRL de Chimbote 2013*. (Tesis de contar público). recuperada de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1224/financiamiento_mypes_colchado_aguilar_yessica_pilar.pdf?sequence=1&isallowed=y.
- Perez, A., Mendez, R., & Sandoval, F. (2007). *Investigacion. Fundamento y Metodología. (Primera)*. Naucalpan de Juarez, Mexico: Pearson Educacion De Mexico. Obtenido de <http://es.slideshare.net/julio9393/investigacionfundamentos-y-metodologia>.
- Ruiz, D. (2013), *Finanzas aplicadas al marketing*. (1.ª ed.). España: Ediciones Pirámide.
- Rojo, M y Gaspar, A. (2013). *Crecimiento e internacionalización de empresa*. (1ª.ed.). España.editorial: síntesis s.a.
- Titelman, D. y Carvallo, P. (2015). *Roles y desafíos actuales de la banca de desarrollo multilateral y regional*. Santiago de Chile.
- Tello, L. (2014). *Financiamiento del capital de trabajo para contribuir al crecimiento y desarrollo de la micro y pequeña empresa comerciales en el distrito de Pacasmayo*. (Tesis de Bachiller, Universidad nacional de Trujillo), (Acceso el 26 de noviembre de 2017).
- Universidad politécnica de valencia. (Noviembre, 2017). *Matriz de crecimiento*. Recuperado de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/31220/Matriz%20de%20crecimiento_submissionb.pdf?sequence=5.
- Veran, M. Hernandez, M. y Deniz, J. (2013). *Finanzas corporativas*. (1ª.ed.). España: Delta.
- Riquelme, M. (Noviembre, 2017) *Estrategia de diversificación*. Recuperado de <https://www.webyempresas.com/estrategia-de-diversificacion/>.

**CAPÍTULO
VIII:
ANEXOS**

Anexo N° 1:

Matriz de consistencia.

Financiamiento y su relación en el crecimiento empresarial de las mypes de la galería Centro de la Moda, La Victoria, Lima 2017.

PROBLEMAS GENERAL	OBJETIVOS GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA
¿Cuál es la relación entre Financiamiento y Crecimiento Empresarial de las mypes de la galería Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017?	Determinar la relación entre Financiamiento y Crecimiento Empresarial de las mypes en la Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017.	Existe relación entre Financiamiento y Crecimiento empresarial de las mypes en la galería Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017.	<p>Variable independiente (x) Financiamiento</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aportes propios - Resarva legal - Venta de activos - Autofinanciamiento - Prestamo bancario - Linea de credito - Proveedores - Leasing <p>Variable Dependiente (y) Crecimiento empresarial</p> <p>Indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ventas - Productos mejorados - Nuevos mercados - Horizontal - Vertical - Concentrica - Conglomeraral 	<p>1. Tipo de investigación: Investigación Basica</p> <p>2. Diseño de investigación: Diseño No experimental transversal correlacional.</p> <p>3.Población: La población está conformada por 55 personas del área contable de las microempresas de la galería Centro De La Moda, La Victoria.</p> <p>4.Técnicas de recolección de datos: Encuesta al personal contable de las microempresas seleccionadas.</p> <p>5.Instrumento: Cuestionario elaborado por el investigador.</p>
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICOS		
¿Cuál es la relación entre las Fuentes Propias y Crecimiento empresarial de las mypes de la galería Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017?	Determinar la relación entre Fuentes propias y crecimiento empresarial de las mypes en la galería Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017.	Existe relación entre Fuentes Propias y crecimiento empresarial de las mypes en la galería Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017.		
¿Cuál es la relación entre las Fuentes Ajenas y crecimiento empresarial de las mypes de la galería Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017?	Determinar la relación entre Fuentes Ajenas y crecimiento Empresarial de las mypes en la galería Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017.	Existe relación entre Fuentes Ajenas y Crecimiento Empresarial de las mypes en la galería Centro De La Moda, La Victoria, Lima 2017.		

Anexo N° 2: Validación de expertos



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Ramos Toledo Cristina
 1.2. Especialidad del Validador: Metodología
 1.3. Cargo e institución donde labora: DTP-UCV
 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: ENCUESTARIO
 1.5. Autor del instrumento: CARLOS ALBERTO ANTON VARGAS

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					X
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					X
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					X
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					X
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					X
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					X
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					X
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					X
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					X
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					X
PROMEDIO DE VALORACIÓN						94%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplica

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

94%

San Juan de Lurigancho, 29 de Octubre del 2017.

Firma de experto informante

DNI: 40533665

Teléfono: 942919630

Anexo N° 3: Validación de expertos



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. María Elena Medina Guevara
 1.2. Especialidad del Validador: Tributación
 1.3. Cargo e Institución donde labora: DTC - UV
 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
 1.5. Autor del instrumento: CARLOS ALBERTO ANTON VARGAS

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Este adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación.					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						✓

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplica

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95%

San Juan de Lurigancho, ____ de ____ del 2017.

Firma de experto informante

DNI: 0956617

Teléfono: 963848016

Anexo N° 4: Validación de expertos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. Juan Carlos Aguilar Quiroz
 1.2. Cargo e institución donde labora: OTD UCV Lima este.
 1.3. Especialidad del experto: Contador - Temático.
 1.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO
 1.5. Autor del instrumento: CARLOS ALBERTO ANTON VARGAS

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-40%	Regular 41-60%	Buena 61-75%	Muy buena 76-90%	Excelente 91-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

..... < Es aplicable >

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95 %

San Juan de Lurigancho, 01 de noviembre del 2017.

Firma de experto informante

DNI:

09767906

Teléfono:

98162123F

Anexo N° 5: Validación de expertos


INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MR. MEDO PORTILLA MORALES ANTONIO
 I.2. Especialidad del Validador: FINANZAS
 I.3. Cargo e Institución donde labora: OTL ESCUELA DE CONTABILIDAD
 I.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO
 I.5. Autor del instrumento: CARLOS ALBERTO ANTON VARGAS

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					/
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					/
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					/
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					/
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad					/
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					/
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					/
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					/
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					/
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					/
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

ES APLICABLE

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%

San Juan de Lurigancho, 04 de 11 del 2017.


Firma de experto informante

DNI: 1843459

Teléfono: 945300000

Anexo N° 6: Base de datos

Financiamiento y su relación en el crecimiento empresarial de las mypes de la galería Centro de la Moda, La Victoria, Lima 2017.

N°	FP1	FP2	FP3	FP4	FP5	FP6	FP7	FP8	FP9	FP10	FP11	FP12	FP13	FP14	FP15	FP16	FP17	FP18	FP19	FP20	FP21	FP22	FP23	FP24	FP25	FP26	FP27	FP28	FP29	FP30
1	4	2	5	1	1	1	5	1	1	5	1	4	5	4	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	5	5	5	5	5	1
2	4	2	5	1	1	1	5	1	1	5	1	5	5	4	1	1	1	3	3	4	1	1	1	1	5	4	2	4	5	1
3	4	2	5	1	1	1	5	1	1	5	1	5	5	4	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	5	3	5	5	5	1
4	4	2	5	1	1	1	5	2	1	5	1	4	5	4	1	1	1	3	3	5	1	1	1	1	5	4	5	4	5	1
5	4	3	5	1	1	1	5	2	1	5	1	5	5	4	1	1	1	3	3	4	1	1	1	1	5	3	4	4	2	1
6	4	3	4	1	1	1	5	3	1	5	1	3	5	4	1	1	1	3	3	5	1	1	1	1	5	5	4	5	5	1
7	4	3	4	1	1	1	5	2	1	5	1	3	5	4	1	1	1	3	3	4	1	1	1	1	5	4	4	5	5	2
8	4	3	4	2	1	1	5	2	1	5	1	2	5	4	1	1	1	3	4	5	1	1	1	1	5	2	3	5	2	1
9	4	3	4	2	1	1	5	3	1	5	1	2	5	4	1	1	1	5	4	4	1	2	1	1	5	5	5	4	5	1
10	5	3	4	2	1	1	5	2	1	5	1	3	5	4	1	1	1	4	4	4	1	2	1	1	5	2	4	4	5	3
11	4	3	4	2	1	1	5	2	1	5	1	4	5	4	1	1	1	4	4	5	1	2	1	1	5	5	4	4	3	4
12	4	3	4	2	1	1	5	2	1	5	1	3	5	4	1	1	1	4	4	4	1	2	1	1	5	5	5	5	3	5
13	4	3	3	2	1	2	5	2	1	5	1	4	3	4	1	1	1	4	4	4	1	3	5	1	5	4	5	5	4	4
14	4	4	4	2	5	1	4	2	1	4	2	5	3	4	1	1	1	4	4	3	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5
15	4	4	3	2	1	2	5	2	1	4	2	5	4	4	1	1	1	4	4	4	1	1	2	1	5	5	4	4	4	4
16	3	4	3	1	2	2	5	2	3	4	2	5	4	5	1	1	1	4	4	5	1	1	2	1	5	5	5	4	4	4
17	4	4	5	2	1	2	4	3	5	4	2	4	4	4	1	2	1	4	4	5	1	1	2	5	3	5	5	4	5	5
18	5	4	3	1	1	2	4	3	2	4	5	4	4	4	1	2	1	4	5	5	1	2	2	1	3	5	5	5	5	5
19	3	4	3	1	1	2	4	4	2	4	2	5	4	5	2	2	1	4	5	5	1	1	2	5	3	4	5	3	5	5
20	4	4	3	1	1	4	3	3	2	4	3	5	4	4	2	2	1	4	5	4	1	1	2	2	3	4	5	3	5	5
21	4	4	3	1	2	2	3	4	2	4	3	4	4	4	2	2	2	5	4	4	1	1	2	2	3	4	4	1	5	5
22	4	4	5	1	2	2	5	4	2	4	3	4	4	4	2	2	2	4	5	4	2	1	4	2	4	5	4	4	3	4
23	4	4	4	1	2	2	4	4	2	4	3	4	4	4	2	2	2	4	3	3	2	2	3	2	2	4	5	5	3	4
24	4	4	3	1	2	4	3	4	3	4	2	4	4	3	2	3	2	4	3	4	2	2	5	2	5	5	3	2	5	4
25	4	4	3	1	2	1	3	5	3	4	2	3	4	3	2	3	2	4	3	5	1	2	5	2	5	5	4	3	5	2
26	4	4	3	1	2	3	5	4	3	4	2	3	4	4	2	5	2	4	3	5	1	2	3	5	3	5	5	3	3	2
27	4	4	4	1	2	1	3	4	1	4	2	4	4	4	2	5	2	4	4	5	1	2	3	4	5	4	5	4	5	5
28	4	4	5	1	2	1	5	4	1	4	2	3	4	4	2	3	2	4	4	5	1	2	3	2	3	4	4	5	5	4
29	4	4	3	2	2	1	4	4	2	3	2	4	4	4	2	2	1	4	4	4	1	2	3	2	4	3	5	5	3	3
30	4	4	4	1	2	1	3	4	1	3	5	4	4	4	2	2	1	4	4	4	2	4	4	4	3	5	5	4	5	4
31	4	4	4	1	2	2	3	4	1	3	2	5	4	4	3	3	1	4	4	5	2	3	4	4	4	5	4	4	5	5
32	4	4	3	1	3	3	4	4	2	4	2	5	4	4	3	4	1	4	4	5	2	5	4	3	4	5	4	3	3	4
33	3	4	4	1	3	2	3	4	2	4	2	3	4	4	3	5	1	4	4	4	2	3	4	3	4	5	5	5	5	4
34	4	4	5	1	3	2	5	4	2	4	4	4	4	4	3	3	1	4	4	4	2	2	4	3	4	3	4	5	5	4
35	4	4	5	2	3	2	5	5	2	5	4	4	4	4	3	3	1	4	4	5	2	3	4	3	4	4	5	4	3	5
36	4	4	5	2	4	2	5	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	5	2	3	4	3	5	5	4	4	3	3
37	4	4	3	2	4	1	4	4	4	4	2	3	4	3	1	3	3	4	4	4	2	3	4	3	4	4	5	3	5	3
38	4	4	5	2	4	2	5	4	2	4	1	5	5	3	1	3	2	4	4	5	2	4	4	3	5	5	5	5	3	5
39	5	4	4	2	4	3	5	5	2	5	1	5	5	3	2	3	3	5	4	4	1	2	4	4	4	4	4	5	4	3
40	5	4	5	2	4	5	5	4	2	5	2	3	5	5	3	3	2	3	4	4	1	4	4	3	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	3	2	2	5	5	2	5	1	4	5	5	5	4	2	5	5	5	1	4	5	5	5	5	5	4	4	5
42	5	5	3	1	4	3	5	4	2	5	2	3	5	4	2	3	2	5	5	3	1	4	5	4	5	4	4	5	4	3
43	5	5	4	5	4	3	4	4	2	5	1	4	5	4	1	3	2	5	5	4	1	4	5	4	5	4	4	5	3	4
44	5	5	4	3	3	4	4	5	3	5	1	3	5	4	1	4	2	5	5	5	1	2	5	4	5	3	4	3	4	5
45	5	5	4	2	5	2	4	4	2	5	1	5	5	4	4	4	2	5	5	4	1	5	5	3	5	1	5	5	4	5
46	5	5	4	2	5	3	5	4	2	5	3	4	5	5	4	4	2	5	5	5	3	4	5	3	5	3	5	3	5	5
47	5	5	5	2	4	4	5	4	2	5	5	5	5	5	4	4	2	5	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	5
48	5	5	5	2	4	4	5	4	2	5	3	5	5	5	4	4	2	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5
49	5	5	4	2	4	4	5	5	4	5	3	5	5	5	4	4	2	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5
50	5	5	5	2	4	4	5	5	3	5	3	4	5	5	4	4	2	5	5	5	3	4	5	4	5	5	3	5	3	5

Anexo N° 6: Autorización de conglomerado



CENTRO MODA
JUNTA DE PROPIETARIOS

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

CONSTANCIA DE AUTORIZACION

Lima, 25 de Noviembre del 2017

ASUNTO:

Cordial saludo,

Atraves del presente documento la Administración de la galería CENTRO DE LA MODA, emite esta autorización a la Sra. JULIA TIZA SANTOS identificado con DNI. 06216252, inquilina del local ubicado en el Segundo piso N° 215 y CARLOS ALBERTO ANTON VARGAS con DNI. 76595083 sobrino de la Sra. Julia Tiza quien lo representa.

El Sr. Carlos estudiante de contabilidad a punto de culminar su carrera universitaria desea solicitar información de las empresas que ejercen dentro de la galería para su proyecto y sustentar su tesis, información **tales como Razón Social y Ruc de empresas jurídica y/o natural.**

Así mismo aclaramos que dicho documento es válido solamente para las personas mencionadas y para solicitar dicha información, no pudiendo prestarse para ningún otro tipo de solicitudes.

Atentamente,



Carmita Valle
CA