



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Factores empresariales que dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA:

Br. Sipan Sanchez, Stephany (ORCID: 0000-0003-3982-3568)

ASESOR:

Mgtr. Maldonado Cueva, Percy David (ORCID: 0000-0001-9132-4841)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2018

Dedicatoria

A Dios, por orientar mi camino del conocimiento, a mis padres y hermano por ofrecerme amor y apoyo incondicional y a mi abuela por aconsejarme, acompañarme y empujarme a mejorar cada día.

Agradecimiento

A los asesores del proyecto por guiarme en la realización de la presente investigación. A su vez a las Pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, por tomarse el tiempo de brindarme información y algunos aportes que me proporcionaron para realizar esta investigación.

Página del Jurado

Declaratoria de Autenticidad

Yo Stephany Sipan Sánchez con DNI 70864225, a efectos de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Así mismo declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la siguiente 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 Cesar Vallejo.

Lima, 06 de Noviembre de 2018



.....
Stephany Sipan Sánchez
DNI 70864225

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada Factores Empresariales que dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de licenciada en Negocios Internacionales.

La autora Stephany Sipan Sánchez

ÍNDICE

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad problemática	1
1.2. Trabajos previos	3
1.3. Teorías relacionadas al tema	6
1.4. Formulación del problema	16
1.4.1. Problema general	16
1.4.2. Problemas específicos	16
1.5. Justificación	17
1.6. Hipótesis	18
1.6.1. Hipótesis general	18
1.6.2. Hipótesis específicos	18
1.7. Objetivos	18
1.7.1. Objetivos general	18
1.7.2. Objetivos específicas	18
II. MÉTODO	19
2.1. Diseño de investigación	19
2.2. Variables, Operacionalización	20
2.3. Población y muestra	21
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos: Validez y confiabilidad	22
2.5. Métodos de análisis de datos	24
2.6. Aspectos éticos	24
III. RESULTADOS	25

IV.	DISCUSIÓN	31
V.	CONCLUSIONES	34
VI.	RECOMENDACIONES	36
	Referencias	37
	Anexos	41
	Anexo 1: Matriz de consistencia	42
	Anexo 2: Instrumento de recolección de datos	43
	Anexo 3: Validación de instrumento	45
	Anexo 4: Base de datos: Factores Empresariales que dificultan a las pymes	51

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1	Principales países importadores para los productos de prendas y complementos de vestir exportados por Perú.	10
Tabla N° 2	VARIABLES, operacionalización	20
Tabla N° 3	Cantidad de Pymes en el Emporio Comercial de Gamarra	21
Tabla N° 4	Resumen de procesamiento de casos	22
Tabla N° 5	Estadísticas de Fiabilidad	23
Tabla N° 6	Estadísticas Total de elemento	23
Tabla N° 7	Resultados del Factor Administrativo	25
Tabla N° 8	Resultados del Factor Operativo	26
Tabla N° 9	Resultados del Factor Externo	27
Tabla N° 10	Resultados del Factor Personal	28
Tabla N° 11	Resultados de Factores Empresariales	29

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1	Resultado del Factor Administrativo	25
Figura N° 2	Resultado del Factor Operativo	26
Figura N° 3	Resultado del Factor Externo	27
Figura N° 4	Resultado del Factor personal	29
Figura N° 5	Resultado del Factor Empresarial	30

RESUMEN

En la investigación titulada factores empresariales que dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del emporio comercial de Gamarra, 2018; Tuvo como objetivo identificar los factores empresariales que dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del emporio comercial de Gamarra, 2018. El tipo de investigación que se utilizó fue aplicada, de nivel descriptivo y de diseño no experimental. Se utilizó como población a 210 pequeñas y medianas empresas dedicadas a la fabricación de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio comercial de Gamarra y se tomó como muestra a 82 pymes. La validez del instrumento se obtuvo mediante el juicio de tres expertos y la confiabilidad con el coeficiente Alfa de Cronbach. La recolección de datos se obtuvo a través de un cuestionario de 28 preguntas en escala de likert. El análisis de los datos se hizo utilizando el programa estadístico SPSS versión 21 llegando a evidenciar que factores empresariales dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del emporio comercial de Gamarra, 2018de manera alta.

Palabras claves: Factores empresariales, exportación, pymes, Emporio Comercial de Gamarra.

ABSTRACT

In the research entitled Business factors that make it difficult for small and medium-sized garment textile companies to export from the Gamarra Commercial Emporium, 2018; Its objective was to identify the business factors that make it difficult for small and medium-sized textile garment companies to export from the Gamarra Commercial Emporium, 2018. The type of research that was used was applied, descriptive level and non-experimental design. It was used as a population 210 small and medium enterprises dedicated to the manufacture of garments for export purposes of the Gamarra Commercial Emporium and it was taken as sample to 82SMEs. The validity of the instrument was obtained through the judgment of three experts and the reliability with the Cronbach's Alpha coefficient. The data collection was obtained through a questionnaire of 28 questions on a likert scale. The analysis of the data was made using the statistical program SPSS version 21, showing that Business factors make it difficult for textile SMEs garments for export purposes of the commercial emporium of Gamarra, 2018 high.

Keywords: Business factors, export, SMEs, Gamarra Commercial Emporium.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

El emporio comercial de Gamarra ubicado en el distrito de la Victoria, Perú. Es un lugar donde existe un alto movimiento comercial, esencialmente se encuentran establecimientos enfocados en la industria textil; estos ofrecen un gran número de insumos, servicios, y otros productos relacionados a la industria de confecciones, moda y textil, ya sea para satisfacer la demanda a nivel nacional, como regional e incluso internacional.

Hasta el año 2016 se contaba con alrededor de 1783 entre pequeñas y medianas empresas, las cuales están distribuidas en galerías dentro del mismo distrito, cada una de estas está especializada en determinadas tareas como la confección, corte, acabados, venta de tela, entre otros. Además están presentes los pequeños empresarios que contratan servicios a terceros para la elaboración de sus prendas y posteriormente se encargan de venderlas.

En los últimos años el comercio exterior ha jugado un rol de vital importancia para el país, esto ha tenido un crecimiento constante lo cual ha generado que reconozcan al Perú como un país emprendedor y sobretodo como un buen lugar en el cual invertir. Los empresarios peruanos ven a las exportaciones como un acceso a nuevos mercados.

Este estudio se enfoca en las pequeñas y medianas empresas (PYMES) textiles que se dedican a la exportación de prendas de vestir ubicadas en el Emporio Comercial de Gamarra debido a su importante papel que cumplen en la economía peruana. Si bien es cierta la industria textil es reconocida como uno de los sectores con un alto potencial exportador, y las Pymes exportadoras están en aumento y a su vez impulsan la economía peruana, la asociación de exportadores (ADEX) informo en el año 2015 las pequeñas empresas solo lograron crecer un 0.4% mientras que las medianas empresas tuvieron un descenso en su crecimiento ya que se redujeron un 5%, esto debido a su falta de competitividad, muchas solo logran exportar un producto o dos y muchas veces a un solo mercado lo cual limita mucho su crecimiento.

Existe un gran número de Pymes que no logran enviar sus productos al exterior, esto se debe a la imposibilidad de incursionar a nuevos mercados, la falta de capacitación, falta de información e interés o incluso sus mismos procesos de producción que pueden ser lentos o tener demoras eso se debe a la falta de una correcta planificación de la misma, lo que

conlleva a no contar con una fidelización de sus clientes o el hecho de que solo pueden abastecer el mercado nacional en el que ya se encuentran ubicados.

Las Pymes que tienen como meta exportar algunos de sus productos se enfrentan a muchas amenazas internas y externas que pueden limitar su producción o retrasar sus pedidos si no saben sobrellevarlos, uno de los más importantes es el contrabando, esto genera que a las empresas que realizan sus operaciones de manera legal se les haga difícil poder competir ya sea por sus precios que en su mayoría pueden ser menores, esto gracias a que pueden estar libres de impuestos o a su tela más barata.

La informalidad por otro lado también un problema para los trabajadores, con el propósito de evadir los costos laborales y los beneficios sociales que les corresponde, pueden acudir a formas de contratación temporal, esto hace que se satisfagan la demanda de mano de obra a un bajo costo pero para los trabajadores genera una inestabilidad laboral y económica e incluso puede desincentivar a los empresarios a establecerse de manera formal y reduciendo el crecimiento del país. La inseguridad ciudadana es un problema en el Perú que cada día va creciendo más y aun no hay algo que trate de contrarrestarlo, muchas veces tratan de llevarse a la fuerza mercadería que se encuentra en contenedores y eso genera pérdidas para los empresarios, incluso el simple hecho de trasladar mercadería de un lugar a otro puede ser perjudicial ya que se conoce que en algunas partes del distrito de la victoria pueden ser peligrosas.

Por otro lado también cuentan con amenazas internas que pueden retrasar sus ventas al exterior o incluso cancelarlas como son la falta de renovación de maquinarias, para lograr estar al nivel de sus competidores es necesario que cuenten con tecnología más rentable y mejores, esto genera que se realice un desembolso de dinero que muchos no logran hacerlo ya que algunos no lo consideran como una inversión si no como gastos y esto genera que su producción sea más lenta y no pueda abastecerse mejor. El financiamiento también representa un problema para él envío de sus productos, muchos no cuentan con dinero propio con el cual poder exportar sus productos, el pretender extender sus mercados destinos genera que busquen alguna fuente de financiamiento y si aun así no pueden abastecerse generan que tengan que desembolsar un dinero mensual que podrían usarlo para otra inversión.

En la actualidad las Pymes no buscan desaparecer, ya que se han venido adaptando a la constante evolución que tiene el mercado global, han asumido retos para buscar y lograr posicionarse en los mercados extranjeros jugando un papel de suma importancia en el mundo globalizado.

1.2. Trabajos Previos

Para comprender el análisis de la presente investigación, se tomarán en consideración diversos estudios con temas similares las cuales se detallan a continuación.

1.2.1. Nacionales

Se mencionarán investigaciones relacionadas al objeto de estudio que se está realizando, haciendo mención a diferentes autores nacionales.

Avolio, Mesones y Roca (2012) Factores que Limitan el Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES), en la Universidad Católica, asumiendo como objetivo identificar los factores –administrativos, operativos, estratégicos, externos y personales– que han contribuido o limitado el crecimiento y la consolidación de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en el Perú, tiene un enfoque cualitativo, presenta como resultados que dentro de los factores administrativos se encuentran la gestión de recursos humanos, contables, financieros, capacitación; mientras que en el factor operativo están el establecimiento de precios, control de la producción y control de inventarios; en el factor estratégico destacan el acceso a un capital, visión de largo plazo, conocimiento de mercados; en el factor externo los de mayor incidencia aluden a la corrupción, informalidad y tecnología; por último en el factor personal se identificó a la motivación generada por terceros para iniciar una empresa, la educación en la gestión de empresas y la experiencia de los empresarios.

Huancal, Quispe y Canales (2016) en su tesis titulada Formalización de las Mypes textiles de gamarra para el acceso a los programas de apoyo empresarial efectuados por el estado, en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, presentaron como objetivo Determinar si la formalización de las Mypes textil del comercio de gamarra se relaciona con el acceso a los programas de apoyo empresarial ejecutados por el Estado, empleó un diseño no experimental a nivel correlacional, llegaron a la conclusión de que solo el 20% de los empresarios Mypes textiles del Comercio de Gamarra del distrito de la Victoria, cuentan con estudios superiores o de especialización en administración de empresas y el 80% de empresarios Mypes textil no cuenta con estudios técnicos o superiores solo se deben a su capacidad empírica desconociendo que el ser empresario implica enfrentar una serie de desafíos para lo que no están preparados y puedan contar con sostenibilidad en el tiempo. Esta investigación resulta importante para mi investigación ya que se observa que el factor

humano tiene mucha relevancia para las pymes, no solo en relación a los empleados sino a su vez con la capacidad que tiene cada empresario de mantener a flote su organización.

Mendoza y Giraldo (2016) en su tesis titulada La internacionalización y su relación con la competitividad de las pymes exportadoras textiles ubicadas en Lima Metropolitana, en la universidad San Ignacio de Loyola, presentaron como objetivo determinar la relación que existe entre la internacionalización y la competitividad de las PYMES exportadoras textiles ubicadas en Lima Metropolitana -2016, los autores presentaron una investigación de tipo descriptiva y un diseño no experimental, concluyeron que la innovación es una herramienta efectiva para conquistar mercados, y adquirir ventajas competitivas, la formación empresarial es un pilar significativo para la internacionalización y competitividad de una empresa, ya que la productividad y eficiencia de una organización depende del capital humano que posee, por ello es importante que las empresas inviertan en cualquier tipo de acciones destinadas a mejorar la preparación y las competencias de sus trabajadores, además los recursos financieros en una empresa son importantes para lograr su desarrollo, por ello es muy importante realizar un planeamiento financiero, que se convierte en un plan estratégico de cómo conseguir fondos y como invertirlos. Esta investigación aporta a la presente tesis ya que se observa que existen muchos factores que pueden perjudicar a la organización, si los empresarios no cuentan con planes que les permita sobrellevarlos.

1.2.2. Internacionales

Se mencionaran diferentes investigaciones relacionadas al objeto de estudio del presente trabajo, mencionando a distintos autores internacionales.

Huanca (2015) en su tesis titulada Factores determinantes de la industria textil en Bolivia Periodo (2000 – 2013) en la Universidad Mayor de San Andrés, teniendo como objetivo determinar los efectos de la inestabilidad del mercado de textiles en Bolivia, a su vez presenta un diseño no experimental con un alcance descriptivo y explicativo, llegando a la conclusión que la inestabilidad que existe en el sector textil en Bolivia refleja efectos negativos al país, porque no aporta económicamente al crecimiento del país, y que la Venta de Productos Textiles principalmente las producciones del Sector sufren por las restricciones en el mercado externo para su posterior venta como exportador y Las Importaciones de productos Textiles se expandieron por la competencia obsoleta de la Producción China, Contrabando y ropa americana principalmente. Esta tesis resulta relevante ya que se

observan los factores externos, como son el contrabando, el cual está en constante aumento en el sector textil, además la competencia que existe por parte de empresarios o productores chinos que venden sus prendas a un menor valor, lo cual genera que los productos nacionales se vean más costosos.

Pardo y Rojas (2012) Factores que limitan el crecimiento y la apertura comercial de las MiPyMes en un contexto globalizado: Un estudio aplicado al municipio de San Luis Potosi; en la Universidad Autónoma de San Luis Potosi, el autor presento como objetivo general determinar cuáles han sido los factores internos y externos de las empresas que han impedido el crecimiento de las MiPyMes y su participación en operaciones de comercio exterior del Municipio de San Luis Potosi, además presento una investigación descriptiva, concluyendo que debido a la globalización, los países se vuelven cada vez más competitivos, es por esto que las empresas deben considerar abrir sus mercados y aprovechar las ventajas que estos ofrecen para crecer; un factor importante que impide el crecimiento de las MiPyMes es que no han aprovechado las oportunidades que ofrecen los mercados extranjeros, por eso es importante analizar cuáles han sido las barreras que impiden que se lleven a cabo las operaciones de comercio exterior. Esta investigación resulta importante ya que se observa que muchos de los empresarios han debido ganarse sus clientes y han debido posicionarse en su mercado pero que solo es el comienzo ya que en el exterior aún existe un gran mercado por acceder.

Yapuchura (2017) en su tesis titulada El comportamiento de la provisión de materia prima para la industria textil y su incidencia en la economía del departamento de la Paz en la Universidad Mayor de San Andrés, asumiendo como objetivo demostrar que la falta de materias primas locales que sirven de insumos incide negativamente en la industria textil del Departamento de La Paz, con un diseño no experimental transversal y de alcance descriptivo, llegando a la conclusión de que la falta de materias primas locales que sirven de insumos incide negativamente en la industria textil del departamento de La Paz, y que esta a su vez afecta los niveles de participación en el producto interno bruto global, y que el sector textil tiene una dependencia de las materias primas, es decir su producción está en función de la provisión de materias primas ya sean locales o importados, característica fundamental para la optimización de la producción de textiles en nuestro Departamento. Esta investigación resulta relevante para mi investigación ya que se observan que existen factores operativos en los que se debe tener en cuenta, como son el control de inventarios para evitar la escases

de productos de lo contrario las empresas tendrán retrasos en su producción lo cual será perjudicial para su imagen.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Exportación

Las exportaciones son las ventas de mercancías que se realizan a mercados internacionales, las cuales incluyen cualquier servicio o bien que sea comercializado entre vendedores y compradores que se encuentren situados en distintos países (Daniels, Radebaugh y Sullivan, 2013, p. 22). La exportación es la oferta de mercancías o servicios que se realizan entre comerciantes que están ubicados en diferentes territorios.

Dentro de las exportaciones están considerados la venta, donación de bienes y servicios e incluso los trueques de los residentes de un país hacia otro, es también considerado como una transferencia de propiedad entre individuos de distintos países (Galindo y Ríos, 2015). En las exportaciones no solo están incluidos la venta, también se incluyen donaciones que se realicen siempre que dichas transacciones sean realizadas desde diferentes naciones.

La exportación son ventas que sobrepasan los límites de un país, ya sea de mercancías nacionales o nacionalizadas y que se deben consumir o usar en el exterior, esto a su vez genera una ganancia monetaria (Witker, 2011, p.370). Muchos países prefieren que se venda más para así obtener un ingreso mayor y a la vez generar una mejor calidad de vida de sus residentes, esto fomenta que muchas empresas puedan tener un mayor ingresos y crezcan sus negocios, a su vez podrán contratar más trabajadores y reducirán el desempleo.

La exportación es el tráfico legal que contempla cualquier servicio o bien enviados a otra parte del mundo para su uso o consumo, teniendo propósitos comerciales (Alva, 2011, p.1). La exportación de bienes o servicios es una transacción que se realiza de manera legal entre personas o empresas que se encuentren en distintos lugares del mundo.

La exportación es la venta de insumos que han sido producidos en un país para enviarlos a residentes de otro país, esto lo realizan muchos empresarios ya que buscar incrementar sus oportunidades para adquirir más ingresos ingresando a más mercados extranjeros a los cuales enviar sus productos (Garcia, 2010). Los empresarios están en la constante búsqueda de incrementar sus ingresos y ser reconocidos tanto nacionalmente como internacionalmente, por eso el exportar les resulta una vía de crecimiento para sus organizaciones.

La exportación de productos representan la generación de ventas internacionales brindando insumos de calidad, estos deben tener un proceso de envío ordenado y definitivo para conseguir competir con empresas ya posicionadas en el exterior (ALADI, 2017). La exportación se genera por las ventas de productos que son enviados fuera del país, estos deben ser un buen producto para poder hacerle frente a las empresas que ya están posicionadas en el mercado destino.

La exportación es el envío de mercaderías del país propio a otro diferente, la extracción de insumos de un estado para enviarlo a otro es muy importante ya que les brinda un ingreso monetario y además logran enviar sus productos a algunos países que no produzcan estos o que resulten escasos (Alva, 2011, p.2). En la actualidad las relaciones que surgen entre dos o más países son básicas para sus económicas ya que algunos países solo logran producir algunos insumos ya sea por el clima, la tierra u otros por eso son necesarios las exportaciones e importaciones.

Los empresarios están en constante búsqueda de crecimiento tanto en el mercado nacional como el hecho de ingresar al mercado internacional. La exportación resulta un método fácil, sencillo y sobretodo habitual de conseguir la ansiada internacionalización (Peris, Rueda y Benito, 2013, p.4). Estos logran que sus productos o servicios sean vistos por un gran número de compradores extranjeros y ayudan a que el país resulte atractivo para distintos mercados internacionales.

a) Teorías del comercio internacional

En la actualidad existen teorías nuevas relacionadas a la exportación, como se detalla a continuación:

La teoría de exportación de commodities es considerada como la primera etapa o nivel en la relación que se tiene un país con el resto, esto mediante las exportaciones de materias en su estado primario primary commodities o también llamados recursos naturales, además que estos países no cuentan con naturaleza física ni tecnología ni el capital necesario para transformarla y darle un valor agregado (Sierralta, 2014, p.67). El Perú cuenta con muchos productores que solo exportan sus productos como materia prima, esto genera que los compradores de sus productos pasado un tiempo vendan los mismos insumos pero con un valor agregado y a un mayor valor económico, esto se da principalmente en los sectores agrícolas y mineros.

La teoría de exportación de manufactura se da después de conseguir alguna experiencia en la comercialización de commodities, en esta la los recursos primarios pasa a ser transformada en productos manufactureros, productos elaborados o productos acabados. El desarrollo de las exportaciones de manufactura necesita de un crecimiento industrial, un adecuado conocimiento de los canales de comercialización y una logística de distribución física que ayude a que la mercadería llegue a los merados externo (Sierralta, 2014, p.69).

1.3.2. Pymes en el Perú

Las Pymes son una unidad económica que produce servicios y bienes, está administrada por un propietario de forma íntegra y personificada, además cuenta con pocos trabajadores y tiene ingresos moderados (Cardozo, Velásquez y Rodríguez, 2012, p.3). Las pequeñas y medianas empresas son operadas por personas capacitadas, además estas pueden ser personas naturales o jurídicas.

Las pymes son una unidad en la que se explota de forma económica, que puede ser una persona jurídica o natural, además estas empresas están representan uno de los sectores más productivos de las economías de los países en las que su economía va creciendo rápidamente ya que genera un crecimiento económico y empleo a los habitantes (Toro y Villegas, 2010, p.87). Las pymes están en un constante crecimiento empresarial, estas logran que el país tenga más riqueza económicamente y a su vez son grandes generadoras de trabajo.

Dentro de las pymes se encuentran las pequeñas y medianas empresas, las primeras tienen entre 10 a 100 empleados mientras que las segundas cuentan con más trabajadores, entre 100 y 250, además se encuentran todo tipo de empresas sin importar si son cooperativas, empresas familiares o unipersonales o que sean formales o informales(OIT, 2015, p.2). Dentro de las pymes están todo tipo de empresa, sin importar si es persona natural o jurídica o si está registrada o no en la Sunat, siempre y cuando cuenten con menos de 250 empleados.

La economía a nivel mundial se encuentra controlada por un reducido grupo de empresas multinacionales, están han pasado por un proceso semejante al proceso de ciclo de vida de un producto, lanzamiento, crecimiento, madurez, declive (Tomta, 2010, p.152). Todas las grandes empresas comienzan siendo muy pequeñas, se forman constantemente y siempre buscan mantenerse en el mercado para poder llegar a enviar sus productos al exterior, muchas de estas buscar el desarrollar ventajas competitivas que les permita

quedarse en una etapa de madurez por un largo tiempo para así obtener cada vez más ingresos.

Las empresas en vías de crecimiento son consideradas como el impulsor del desarrollo de todas las economías, logra la estimulación de la competencia, posibilita la creación de emprendimientos comerciales, entre otros (Debarliev y Janeska, 2015, p.2). En la actualidad existe un gran número de Pymes que se encuentran formalizadas, lo cual fomenta que exista la competitividad entre empresas, o incluso entre países y a su vez crean posibilidades para el resto de la población de ingresar al mercado mediante algún negocio.

Los considerados negocios o empresas pequeñas son considerados como la fuerza que ayuda e incluso impulsa el crecimiento económico, y sobretodo ayudan con la reducción de pobreza que existe en los países que aún se encuentran en vías de desarrollo (Vásquez, 2015). Los pequeños negocios en el país son de vital importancia para el crecimiento económico ya que estos representan el 96.5% del total de empresas, aunque en su mayoría no se encuentran formalizados lo que puede generar que exista mayor empleo pero algunas veces no muy bien remunerado.

En el Perú tanto los pequeños empresarios afrontan dificultades referentes al diseño, proceso, fuerza de trabajo, inventarios, capacidad de producción, e incluso la calidad de sus mercancías o servicios (Gonzales y Granda, 2016, p.102). Las Pymes en su creación afrontan varios problemas debido al desconocimiento de sus propietarios, en algunos casos demoran demasiado en sus procesos de producción lo cual genera retrasos en cuestión de tiempo y entrega. Además al no contar con altos ingresos pueden bajar la calidad de sus productos o servicios enfocándose en ganar dinero y no en tratar de fidelizar a sus clientes mediante la mejora de sus productos y servicios en relación a su competencia.

Tabla N° 1. Principales países importadores para los productos de prendas y complementos de vestir exportados por Perú.

Importadores	Valor exportado (Dólares)											
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Mundo	1097091	1262644	1448826	1061553	1071743	1362929	1432969	1256987	1093034	826945	791809	826091
Estados Unidos	804436	770222	748158	563206	640784	681349	587533	603319	596313	530721	541181	565248
Brasil	370	715	9330	13889	36152	68216	70985	68420	79013	56380	35682	39834
Alemania	15178	16984	22406	24427	27043	31942	28016	32911	37788	33314	29888	24514
Canadá	14936	13109	11268	13602	12282	14573	19428	20341	17744	20038	20185	22966
Chile	18154	15868	15892	13821	19624	23736	25425	31222	28605	19009	20306	21866
Argentina	608	4184	12686	14447	18520	35026	23388	17405	16619	14724	15969	19500
Francia	21588	25250	26327	17350	14332	15744	11833	10609	13399	15712	16023	17332
Colombia	7141	17149	26882	31199	33370	39255	35401	30195	29408	16170	12293	13189
Reino Unido	9809	13354	13319	13886	23807	21689	14821	13312	11933	12690	12904	12704
México	13365	12028	13996	9419	10872	14966	20022	23040	19680	12895	10253	8716

Fuente: TRADE MAP

En la tabla N° 1 se pueden observar los países a los que el Perú exporta prendas y complementos de vestir, teniendo como principal importador Estados Unidos, seguido de Brasil y Alemania, cabe mencionar que dichas exportaciones a nivel mundial se ha reducido aproximadamente 271000 dólares si comparamos el año 2006 y el año 2017. En el Perú las pequeñas empresas han logrado un crecimiento muy pequeño con un 0.4%, mientras que las medianas empresas tuvieron un descenso del 5%.

a) Las Pymes exportadoras

Las pequeñas y medianas empresas siempre están en un constante crecimiento, buscar ampliar sus mercados, generar más ganancias que le permitan internacionalizarse.

El crecimiento que buscan tener las empresas tiene por objetivo la promoción de la formalización, el lograr ser competitivos y el desarrollo para que se incrementen los puestos de empleo, su rentabilidad y productividad (Koontz y O'Donnell, 2012, p.8). Las Pymes están siempre compitiendo entre sí, muchas no pueden hacerlo bien por falta de capacitación, algunas evitan formalizarse para no incurrir en demasiados gastos pero esto genera que sus empresas no estén reconocidas ante el estado, que sus trabajadores no gocen de sus beneficios sociales y que no puedan internacionalizarse.

b) Teoría de recursos y capacidades

Esta teoría se basa en la ventaja competitiva que se da por los recursos y capacidades que tiene la empresa para su desarrollo. Se le da importancia a la estructura interna que posee la empresa, para lograr el desarrollo y crecimiento de la compañía gracias a los recursos productivos con los que cuenta en su administración (Sanchez y Herrera, 2016, p.135). La teoría busca tener una ventaja competitiva sostenible, es decir los recursos que posea una organización deben ser únicos, raros, difíciles de imitar por sus competidores y no pueden ser sustituibles.

Los recursos y capacidades engloban tres ideas primordiales las organizaciones son diferentes entre sí debido a sus recursos y capacidades que posean en un tiempo específico, la disponibilidad de los mismos y el rendimiento financiero (Escandón y Arias, 2011, p.34). Esta teoría se enfoca en los orígenes internos de desempeño con los que cuente una organización, establece un vínculo en relación con sus capacidades y el desempeño que tengan con relación a sus competidores.

1.3.3. Factores Empresariales que dificultan a las Pymes

Las Pymes tienen un papel muy relevante para las economías de todos los países, pero el lugar donde se vienen desarrollando aún es muy frágil, ya que se sabe que existen bajos índices de supervivencia y sobretodo el fortalecimiento de estas compañías.

El factor empresarial a pesar de que no cuenta con una definición exacta, se le determina como aquello que engloba tanto a la persona que realiza una actividad empresarial como a la empresa misma, por ende se menciona que para que los factores empresariales

resulten positivos y generen beneficios para una empresa deben encontrarse en un territorio de calidad y los empresarios deben encontrarse preparados para dirigir y generen un alto desarrollo económico. Existen diversos Factores Empresariales que pueden dificultarles a las empresas, en el ámbito administrativo, operativo, externo, y personal. (Fernández y Romero, 2013, p. 496)

Existen distintos elementos en los factores empresariales, como son los ámbitos económicos, psicológicos, sociocultural y gerencial que comprenden tres niveles de análisis, micro, meso y macro (Veciana, 2007, p.313). El primer nivel, micro, solo se enfoca en el empresario como individuo, en el segundo, meso, se brinda una mayor atención a la propia empresa más allá del beneficio personal del empresario, en el tercer nivel, el macro se persigue el beneficio tanto de la empresa como del empresario,

Los factores empresariales son un grupo de elementos que se conectan entre sí, estos deben estar coordinados para alcanzar los fines de una organización; de lo contrario la empresa sería incapaz de alcanzar algún objetivo que se haya trazado. Esa coordinación lo genera uno de los factores empresariales más importantes, el cual es el factor administrativo o de dirección de la empresa; ya que este se encarga de planificarlos, determinar las decisiones a ejecutarse dentro de la organización, y busca unir los esfuerzos para conseguir los objetivos globales del sistema empresarial. (Ruiz, 2012, p.3)

Los factores empresariales buscan mejorar la actividad de la empresa, generar el método de comercialización, optimizar las prácticas internas que tenga la empresa, evitar la falta de personal calificado. (Olivares, Moya y Ochoa, 2016, p.151)

El factor empresarial cumple un papel de vital importancia para cualquier organización, ya que este busca la introducción de nuevos productos, busca nuevos métodos de producción que reduzcan costos y tiempo, mejora el ámbito tecnológico de la empresa, de la calidad de los factores productivos y diseña formas organizativas que se puedan adaptar a la oferta y la demanda, dichos factores son los administrativos, operativos y estratégicos (Colvin y Slevin, 2011, p.28). Se deben buscar producir un patrón para asignar de mejor manera los recursos de la empresa y sobre todo se logre alcanzar los objetivos trazados.

Los factores empresariales se dividen en los factores externos e internos que evitan el crecimiento de una organización como son la falta de experiencia administrativa, la falta de recursos financieros, la baja demanda de productos o servicios generados por la mala elección del lugar de la empresa, la corrupción, entre otros. (Arinaitwe, 2012, p.75)

Se considera que dentro del entorno operativo están dos tipos de factores los físicos y los sociales, y los factores competitivos los cuales deben ser tomados en cuenta para una empresa que busca mejorar su actividad en el exterior (Daniels, Radebaugh y Sullivan, 2013, p. 240). Para que una empresa logre crecer y perfeccionar sus actividades externas e internas de su organización es necesario que conozcan todos los aspectos negativos por las que se pueden estancar para así buscar nuevas alternativas, soluciones o estrategias.

a) Factores administrativos

Los factores administrativos son propios de la organización, pertenecen al entorno competitivo y están relacionados con el capital humano que dispone el empresario (Arias y Quiroa, 2013, p.45). Son elementos necesarios para que la organización mejore, por ende deben estar en constante cambio para adecuarse de la mejor manera a la empresa, todo eso debe estar en relación con el procedimiento que sigue la empresa para fabricar un bien o servicio.

Muchas empresas utilizan técnicas o prácticas que les permita aumentar el rendimiento en el área administrativa, existen factores como es la motivación de los trabajadores, la cultura organizacional que son necesarios mejorarlos para que la empresa logre crecer (Camps y Luna, 2013, p.13). La gestión de recursos humanos se encuentra dentro de los factores administrativos, ya que es de vital importancia para dicha área, se debe contar con los mejores empleados y sobretodo que estos estén motivados y para que puedan lograr un crecimiento en la organización.

Muchos empresarios tienen un desconocimiento de oportunidades de nuevos mercados, la falta de una buena administración también les genera problemas que muchas veces no pueden solucionar (Fernández, Peña y Hernández, 2008, p.49). En algunas ocasiones se busca siempre el ingreso a mercados donde muchas empresas ya se encuentran bien posicionadas lo que genera que al ingresar no se pueda competir por este motivo se debe tratar de ingresar a mercados o nichos donde exista una demanda relativamente alta pero donde los productores o empresas aún no se terminan de enfocar.

Los factores administrativos tienen relación con la gestión administrativa, capacitación y la gestión de recursos humanos, en las pequeñas y medianas empresas se observa que a los empresarios se les dificulta costear todos los gastos de capacitación y actualización del personal y si lo hacen pueden afrontar el problema de que dicho personal decida extinguir el vínculo laboral que tiene. (Benzing, 2012, p.56). Algunas pequeñas

empresas cuentan con un movimiento de personal bastante alto, ya sea por la falta de apoyo a los trabajadores o porque no les brindan incentivos, esto se da porque el empresario no tiene la certeza de que sus trabajadores se quedaran con ellos, y muchas veces deciden no invertir en ellos.

Los factores administrativos se relacionan con la estructuración de los recursos que dispone la empresa, se debe buscar cumplir las funciones estratégicas; para evitar la falta de organización, la debilidad competitiva, las ventas insuficientes, descontrol de sus presupuestos e incluso la falta de financiamiento oportuno y adecuado. (Colvin y Slevin, 2011, p.28). Se debe buscar que la organización, la estructuración y las responsabilidades estén bien divididas entre los empleados y dueño de la organización; de lo contrario podrán perder tiempo de respuesta en la fabricación de un producto y perder clientes.

b) Factores operativos

Los factores operativos tratan de repartir por igual los recursos que tiene una empresa de forma eficiente y son destinados en su mayoría de veces al área de operaciones, logística y marketing (Harris y Gibson, 2012, p.87). Dichos factores son de vital importancia ya que afectan a una organización desde el proceso de producción del producto hasta que este llegue a manos de los clientes.

Se considera que los factores operativos son aquellos que absorben o que representan los temas más relevantes para una organización, ya que se busca maximizar la rentabilidad de las operaciones que se den, tienen que determinar el precio de los productos, determinar las estrategias de marketing que se deberán seguir y deberán definir los programas de producción y niveles de inventarios (Covín, 2011, p.34). Estos factores son relevantes para toda organización ya que se necesitan definir para buscar la rentabilidad de la organización a corto plazo.

Dentro de los factores operativos se encuentra el control de inventarios, las estrategias de marketing que proponga o tenga una empresa y la relación sea positiva o negativa con sus principales proveedores (David, 2011, p.38).

c) Factores externos

Los factores externos son aquellos que afectan a una organización y que no pueden manipularse a propia voluntad de los empresarios, por tanto son los más complicados de afrontar, ya que pueden variar en el tiempo, dentro de estos se encuentran la informalidad,

el contrabando, los competidores, los avances de la tecnología, entre otros (David, 2018, p.5). Estos son los más complicados para toda organización ya que no tienen las facilidades para mejorarlos o evitarlos, estos se pueden dar cuando la empresa está en su mejor momento o en su peor momento y deben saber enfrentarlos para que su empresa logre crecer.

La mayoría de las empresas están expuestas a entornos complejos de manera global, los factores externos son amenazas a las que se expone la organización, por tanto se debe buscar oportunidades que ayude con la competitividad de la empresa; las amenazas surgen cuando el entorno pone en peligro la integridad y rentabilidad del negocio y afectan al producto, servicio, mercado organizaciones en todo el mundo (Bernal, 2014, p.15). Los empresarios deben estar al tanto de todos aquellos factores que puedan dañar a su organización para realizar planes que puedan reducirlos o evitarlos, deben buscar algunas actividades que les permita estar un paso adelante en relación a su competencia para aumentar sus ingresos.

En la actualidad existen factores que pueden perjudicar al pequeño empresario, como el exceso de competidores no formalizados que brindan productos a menor precio, lo que genera que se reduzcan los precios para hacer frente a la competencia. (Martinez, 2016, p.415). Algunos empresarios prefieren operar sin pagar impuestos, para que puedan brindar sus productos a un menor costo y adquieran más clientes pero solo generan que exista una competencia desleal y una guerra de precios en la que ninguno gana.

Con el paso del tiempo la cantidad de Pymes va aumentando rápidamente esto genera que la competencia sea más feroz con el fin de conseguir mayor clientela, pero gracias a esto también existe la posibilidad de mejorar la calidad y tratar de fidelizar a los clientes.

Dentro de los factores externos están la falta de créditos, la inestabilidad macroeconómica, que existan tasas de intereses altas, la alta competencia comercial influye en los pequeños y medianos empresarios que buscan mantenerse en el mercado (Fernandez, Peña y Hernández, 2008, p.49). Los empresarios siempre buscan mantenerse en el mercado, pero la apertura de muchos negocios genera que siempre existan nuevos competidores con los cuales competir y muchas veces estos ofrecen precios muy bajos y en ocasiones no se puede competir con esto.

d) Factores personales

Muchos empresarios consideran que no es necesario adquirir nuevos conocimientos, dentro de los factores personales esta la falta de preparación empresarial, muchos solo operan sin buscar nuevas oportunidades y tratando de huirles a los riesgos o problemas que puedan tener. (Paredes, Peña y Vacio, 2016, p.333) El tener experiencia en el rubro y las ganas de comenzar algún negocio personal es lo que los motiva a la creación de una empresa, si se tiene mayor experiencia y educación se puede hacer frente a los competidores y poder realizar estrategias que permitan ingresar al mercado, pero muchos deciden solo subsistir y no lograr el crecimiento que toda empresa necesita.

La falta de experiencia de los empresarios se muestra desde le etapa de planeación ya que estos no determinan correctamente los objetivos, planes de su organización, no prevén planes de acción contra las debilidades o amenazas que tiene la organización (Poza, 2011, p.15)

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿Cómo dificultan los factores empresariales a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del emporio Comercial de Gamarra, 2018?

1.4.2. Problemas específicos

- a) ¿Cómo dificultan los factores administrativos a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018?
- b) ¿Cómo dificultan los factores operativos a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018?
- c) ¿Cómo dificultan los factores externos a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018?
- d) ¿Cómo dificultan los factores personales a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018?

1.5. Justificación

La siguiente investigación tiene una justificación práctica, metodológica teórica. Tiene una justificación práctica ya que se observaron los factores empresariales que dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación. Su importancia está en que permitirá conocer cuáles son los elementos que pueden influenciar en las pequeñas y medianas empresas dedicadas a fabricación de prendas de vestir con fines de exportación en el Emporio comercial de Gamarra. Esto permitirá que dichas pymes puedan conocer las razones en las que aún deben trabajar para mejorar y así puedan llegar a muchos más mercados extranjeros.

Tiene un aporte metodológico tiene una importancia cuantitativa-descriptiva debido a que se analizaran los factores empresariales que dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación, se analizara dicha variable directamente con los actores de este sector económico para obtener dicha información de manera directa, buscando adquirir patrones detrás de los datos recolectados con el propósito que nos permita establecer una relación entre la variable y sus indicadores.

En cuanto al aporte teórico es que da a conocer a los empresarios, exportadores y al público en general que después de realizar una triangulación entre los datos recolectados en el trabajo de campo, las teorías y los antecedentes expuestos anteriormente nos permitirá conocer los elementos que consiguen afectar en los empresarios de prendas de vestir textiles de prendas de vestir con fines de exportación, con esta investigación se pretende mostrar a estos empresarios que existen muchos factores empresariales que pueden limitar su producción para que al conocerlas puedan idear estrategias que les permitan eliminarlas y así lograr vender sus productos en más mercados extranjeros, consiguiendo un crecimiento empresarial y beneficios económicos para el país.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

Los factores Empresariales dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018 de manera alta.

1.6.2. Hipótesis específicas

- a) Los factores administrativos dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018 de manera alta.
- b) Los factores operativos dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018 de manera alta.
- c) Los factores externos dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018 de manera alta.
- d) Los factores personales dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018 de manera alta.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Identificar los factores empresariales que dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018.

1.7.2. Objetivos específicos

- a) Identificar cómo los factores administrativos dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018.
- b) Identificar cómo los factores operativos dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018.
- c) Identificar cómo los factores externos dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018.
- d) Identificar cómo los factores personales dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, un diseño no experimental transversal de tipo aplicado y a un nivel descriptivo.

El enfoque que se utilizara es el cuantitativo, ya que en esta se presenta la recolección de datos para poder probar la hipótesis y el análisis estadístico, además este refleja la necesidad de medir y estimar magnitudes de los problemas o fenómenos que se presenten en la investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.4). En la presente investigación se seleccionó este enfoque ya que se realizara una recolección de datos para poner a prueba la hipótesis y poder medir los problemas que se presentan en la investigación.

El diseño seleccionado para esta investigación es el no experimental transversal, ya que en este se observa el fenómeno tal como está en su forma natural para luego analizarlo, no se tiene control directo sobre las variables por tanto no se puede influenciar en ellas(Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.154).

El tipo de investigación que se usara para la presente investigación es aplicada ya que los resultados obtenidos serán utilizados para la solución de problemas (Lozada, 2014, p.16)

El nivel de la investigación seleccionada es descriptiva. Esta describe entornos, situaciones, sucesos, características, perfiles de individuos, grupos de interés entre otros, se busca medir o recoger información de forma independiente o conjunta sobre las variables que se tienen (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.92). Así también es una investigación descriptiva ya que se realiza un estudio sobre los factores Empresariales que dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación de prendas de vestir 2018, el cual es información que ya ocurrió en la realidad.

2.2. Variables, Operacionalización

Se mencionara la identificación de las variables que constituyen la investigación, así también en su Operacionalización.

Tabla N° 2 Operacionalización

Variable	Dimensiones	Indicadores	ítems	Escala y valores	Niveles y rangos	
Factores empresariales	Administrativos	Planeación estratégica	1-7		Bajo 7–16	
		Gestión administrativa			Medio 17–26	
		Gestión de recursos humanos			Alto 27–35	
	Operativos	Logística	8-14		Bajo 7–16	
		Estrategias de marketing			Medio 17–26	
		Proveedores			(5) Siempre (4) Casi siempre (3) A veces (2) Casi nunca (1) Nunca	Bajo 28–65 Medio 66–103 Alto 104–140
		Informalidad / Contrabando				
		Tecnología				
	Externos	Competencia	15-21		Bajo 7–16	
		Educación			Medio 17–26	
		Experiencia			Alto 27–35	
	Personales	Educación	22-28		Bajo 7–16	
Experiencia		Medio 17–26				

Fuente: Elaboración propia

2.3. Población y muestra

a) Población

En esta investigación se tendrá como población a las pequeñas y medianas empresas que se dedican al sector textil específicamente de prendas de vestir con fines de exportación, que se encuentran ubicadas en el Emporio Comercial de Gamarra.

Existen 198 pequeñas empresas que se dedican a la fabricación de prendas de vestir, mientras que existen solo 12 medianas empresas que se dedican al mismo rubro y se encuentran ubicadas en el Emporio Comercial de Gamarra; esto da un total de 210 Pymes que son la población de la presente investigación. (Tabla N° 3)

Tabla N° 3 Cantidad de Pymes en el Emporio Comercial de Gamarra

Actividad Económica	N° de pequeñas empresas	N° de medianas empresas	Total de Pymes
Fabricación de prendas de vestir	198	12	210

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

b) Muestra

La presente investigación tiene un muestreo probabilístico y aleatorio. En esta cada elemento que se encuentre dentro de la población tiene la misma probabilidad de ser escogidos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

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

Donde:

Z: Nivel deseado de confianza (95%=1.96).

e: Margen de error (5% = 0.05)

p: Probabilidad de ocurrencia de los casos (p=0.4)

q: proporción de individuos que no poseen esa característica (1 - p) (q =0.6)

N: Tamaño del Universo (N=210)

n: Tamaño óptimo de la muestra

$$n = \frac{1.96^2 * 0.4 * 0.6 * 210}{(0.05^2 * (210 - 1)) + 1.96^2 * 0.4 * 0.6}$$

$$n=134$$

c) Muestra Ajustada

$$M_0 = \frac{M}{1 + \frac{M}{n}}$$

$$M_0 = \frac{210}{1 + \frac{210}{134}}$$

$$n=82$$

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

a) Técnica

Al ser de un enfoque cuantitativo, la técnica que se utilizara será la encuesta, con la finalidad de obtener una información más detallada sobre los factores Empresariales que afectan a las pymes.

b) Instrumento

El instrumento de recolección para esta investigación es un cuestionario en escala de Likert que se realizara las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación ubicadas en el Emporio Comercial de Gamarra. (Anexo 2)

c) Validez

Para comprobar la validez del instrumento de recolección de datos de la investigación se ha recurrido a la opinión de tres expertos. (Anexo 3).

d) Confiabilidad

Para confirmar la confiabilidad del instrumento de recolección de datos de 82 encuestas a pymes textiles con fines de exportación ubicadas en Emporio Comercial De Gamarra, se utilizara el Alfa de Cronbach.

Tabla N° 4: Resumen de procesamiento de casos

		N	%
	Válido	82	100,0
Casos	Excluido	0	,0
	Total	82	100,0

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 5: Estadísticas de Fiabilidad

Alfa de Cronbach		
Alfa de Cronbach	basada en elementos estandarizados	N de elementos
,782	,792	28

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la tabla N° 5, la fiabilidad de la variable brinda un resultado de 0.782, lo cual indica que este resultado es de muy alta confiabilidad.

Tabla N° 6: Estadísticas 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
Organiza a los trabajadores	124,45	27,510	,032	,785
Capacitaciones para los empleados	124,62	26,658	,182	,781
Motiva al personal	124,51	25,981	,403	,772
Visión exportadora	124,63	24,482	,662	,758
Posicionarse en mercados extranjeros	124,60	24,861	,601	,762
Busco mercados internacionales	124,76	26,039	,284	,776
Existen oportunidades de venta para mi producto en el extranjero	124,60	24,861	,601	,762
Controles de inventarios mensualmente	124,57	27,532	,003	,788
Cadena de suministros	124,59	26,147	,309	,775
Estrategias de marketing	124,52	25,314	,562	,765
Se usan las redes sociales	124,60	27,750	-,047	,791
Los proveedores brindan facilidades de pago	124,61	27,475	-,004	,791
No ha habido retrasos en tiempo de entrega de los productos	124,67	26,668	,169	,782
Se suele recurrir a nuevos proveedores	126,30	23,968	,368	,774
La informalidad influye en la empresa	124,88	25,318	,260	,780
Los precios de los productos de la empresa se han mantenido	124,83	25,254	,439	,768

La creación de nuevas empresas genera que mi organización sea más competitiva	124,88	25,318	,260	,780
Existe una fuerte competencia internacional	124,82	24,695	,557	,762
Acceso a nueva tecnología	124,88	24,602	,579	,761
Muchos bancos me han facilitado el acceso a un crédito para mi empresa	124,74	26,069	,279	,776
Puedo acceder fácil a un crédito empresarial para mi empresa	124,71	28,703	-,232	,800
Me encuentro apto para dirigir mi organización	124,44	26,570	,327	,776
Un empleado con más experiencia puede dirigir mejor	124,76	24,681	,567	,762
Se mantiene un largo tiempo a un empleador	124,45	27,436	,054	,784
Los empleados con más experiencia brindan un mejor servicio a los clientes que aquellos que tienen poca experiencia	124,65	26,133	,288	,776
Se brinda apoyo en los horarios de estudios (si hubieran) de los trabajadores	124,74	25,872	,320	,774
En mi empresa primero se asciende a los trabajadores antiguos que a los nuevos	124,61	25,772	,382	,772
Se brindan incentivos monetarios a los empleados	124,48	26,129	,405	,772

Fuente: Elaboración propia

2.5. Métodos de análisis de datos

En el presente trabajo se utilizó un análisis de interpretación descriptivo ya que después de la recolección de datos mediante las encuestas a los empresarios pymes del Emporio Comercial de Gamarra se procesará todo en el software estadístico SPSS 21.0 y se obtendrá un resultado con relación a la variable de la presente investigación.

2.6. Aspectos éticos

Los datos presentados son fehacientes, se respetó la propiedad intelectual de los autores que han sido citados con anterioridad. Los instrumentos utilizados y su aplicabilidad de los mismos son confiables y reales que han sido utilizados en la muestra establecida, a su vez no se manipulo ningún dato y todo será utilizado para fines académicos. Se ha trabajado con honestidad y respeto sin intento de copia o plagio.

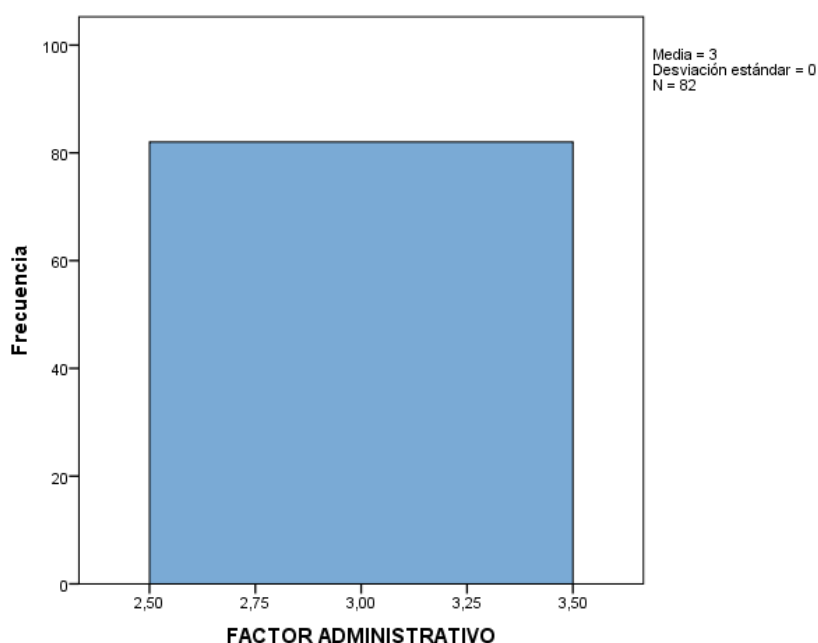
III. RESULTADOS

Tabla N° 7: Resultados del Factor Administrativo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALTO	82	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 1: Resultado del Factor Administrativo



Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 7 y el gráfico N° 1, se muestra que el 100% de las pymes textiles con fines de exportación, a las que se realizó las encuestas consideran que el factor administrativo representa una alta dificultad.

Esto debido a que deben estar al tanto del factor humano de su organización, para que estos brinden siempre una buena atención a sus clientes; el personal de sus organizaciones representa el primer contacto que se tendrá con el cliente, por eso deben estar en constante capacitación que les permita mejorar, además que les permita crecer con la empresa; incluso algunas de las pymes terminan brindando incentivos o beneficios adicionales para que los trabajadores siempre estén con una actitud positiva con los clientes, mientras que otros evitan dar todos esos beneficios a sus empleados ya que no saben si les retribuirán y evitaran irse de la empresa.

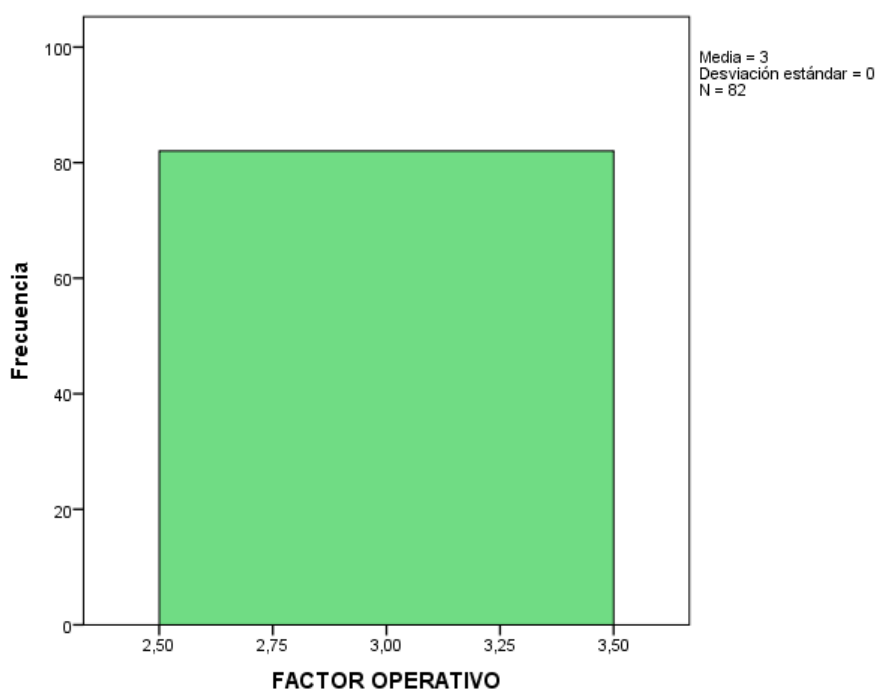
A su vez se observó que a pesar de que cuentan con una planeación estratégica no cuentan con planes comerciales y de ventas que les permita adquirir una mayor cantidad de clientes, solo están enfocados en mantenerse en el grupo donde se encuentran sin intenciones de ingresar a un nuevo mercado.

Tabla N° 8: Resultados del Factor Operativo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALTO	82	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 2: Resultado del Factor Operativo



Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 8 y el gráfico N° 2, se muestra que el 100% de las pymes textiles con fines de exportación, a quienes se realizó las encuestas consideran al factor operativo como una alta dificultad.

Esto se debe a que las pequeñas empresas aún están en constante cambio y crecimiento, muchos de estos ya se encuentran en un mercado posicionado pero aún les queda mucho mercado por ganar. Se observó que a pesar de contar con un buen control de inventarios se generan retrasos en la cadena de suministros y en el tiempo de entrega de su

producción, esto se debe al poco control e importancia que le dan al área logística, además consideran que las estrategias de marketing con los que cuenta su organización no son suficientes para atraer más clientes y posicionarse mejor en su mercado, todo esto se generó debido a que muchos pequeños empresarios evitan contratar personal extra que se pueda encargar de esos puntos para que se evite la falta de existencias de productos y se generen pérdidas, en algunos casos prefieren encargarse ellos mismos para que les salga más económico pero sin la educación y experiencia adecuada puede generar que su empresa se estanque y no logre crecer.

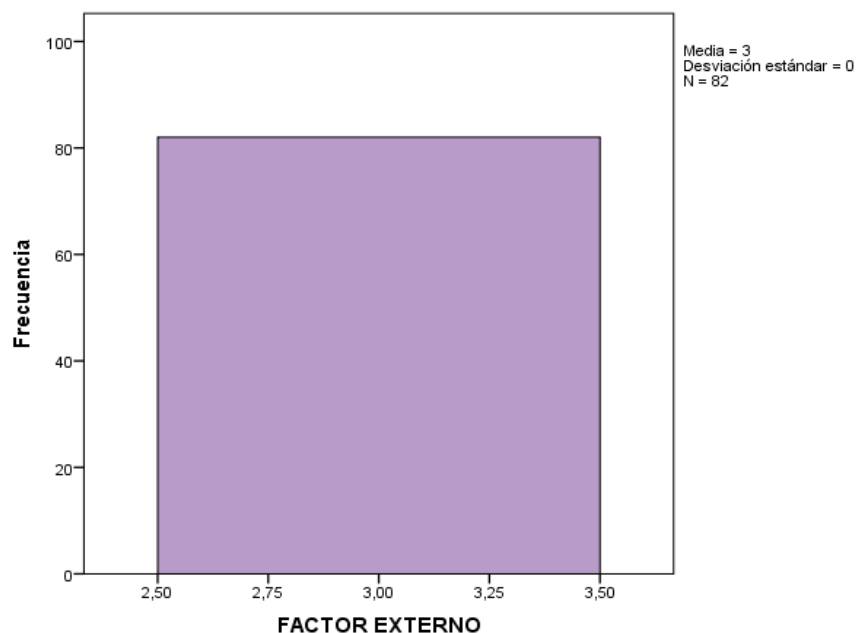
Muchos de los dueños son personas que no manejan tanto las redes sociales, a pesar de esto, las consideran importantes para acercar sus productos a nuevos compradores, a corto plazo planean ingresar al mundo de las redes y así lograr atraer a más clientes.

Tabla N° 9: Resultados del Factor Externo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALTO	82	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 3: Resultado del Factor Externo



Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 9 y el grafico N° 3, se observa que el 100% de las pymes encuestadas creen que el factor externo puede significar una dificultad alta para ellos.

Esto debido a que los factores externos no se pueden manipular, estos solo se dan, muchas veces pueden estar a favor de los pequeños empresarios, mientras que otras los pueden perjudicar. El alza de precios, la informalidad, la competencia desleal, produce que muchas pymes busquen reducir sus costos para hacer frente a los diferentes competidores con los que se topan, generando que fabriquen y vendan un producto de baja calidad y puedan perderá muchos de sus clientes.

Algunos de los empresarios están en la búsqueda de ingresar a un mercado extranjero, conocen que su producto puede tener una demanda alta en mercados internacionales, en el ámbito textil la competencia tanto en el país como en el extranjero es alta; si deciden realizar contratos con otros mercados, se exponen a la que ante la falta de conocimientos y experiencia necesiten contratar un intermediario y el hacerlo también le provoca que necesiten grandes sumas de dinero y mayor producción , por el contrario si deciden realizarlo ellos mismos a corto plazo les genera pérdidas de dinero y de clientes.

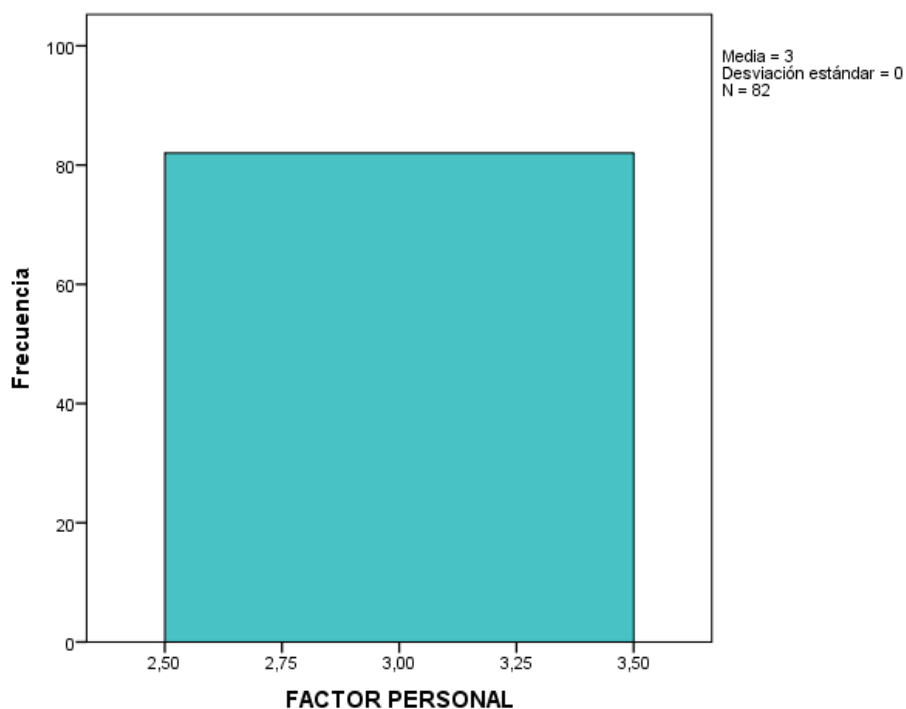
Mientras que el constante avance de la tecnología hace que los empresarios estén siempre alertas y en la búsqueda de prácticas o planes que les puedan reducir tiempo o costos para la generación de su producción, lo cual a su vez les crea costos extras que muchas veces no están en sus planes y los hace recurrir a préstamos con intereses altos que después no puedan solventar y terminen perdiendo sus organizaciones.

Tabla N° 10: Resultados del Factor Personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALTO	82	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 4: Resultado del Factor Personal



Fuente: Elaboración propia

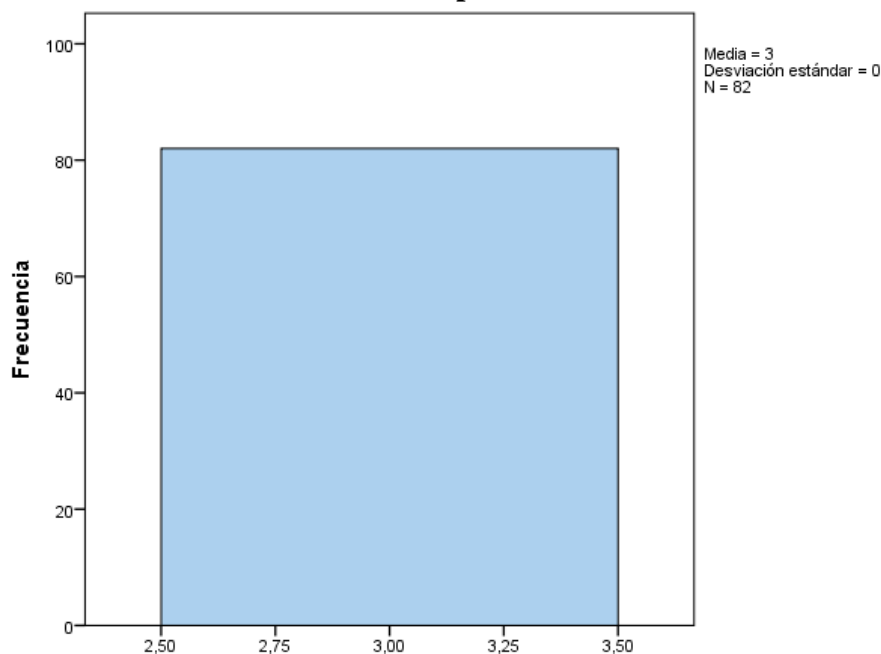
En la tabla N° 10 y el grafico N° 4, se presenta que el 100% de los encuestados determinaron que el factor personal los puede dificultar de manera alta. Se observó que muchos de los pequeños empresarios consideran que no cuentan con la educación necesaria para dirigir de mejor manera su organización, algunos mencionaron incluso que preferirían contratar un trabajador más preparado para que esté al frente de su empresa pero por falta de ingresos evitan hacerlo; en cuando a la experiencia en su mayoría los empresarios mencionaron que no se encuentran preparados para comercializar con el exterior y que aún les falta tiempo y mucho tiempo de experiencia para satisfacer la demanda nacional, poder posicionarse en el extranjero y conseguir que su empresa surja y solo están preocupadas por mantenerse en el mercado mientras puedan.

Tabla N° 11: Resultados de los Factores Empresariales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ALTO	82	100,0	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Figura N° 5: Resultado de los Factores Empresariales



Fuente: Elaboración propia

En la tabla N° 11 y el gráfico N° 5, se presenta que a las 82 pequeñas empresas a las que se realizó la encuesta, se obtiene que el 100% de los encuestados consideran que los factores como administrativos, operativos, externos y personales los dificultan de manera alta.

Para las pymes resultan de mucha importancia todos esos factores Empresariales ya que deben tener un control preciso de la producción, de los avances tecnológicos, del personal, entre otros; todo esto les generan que tengan que desembolsar más dinero del que se prevé, para muchos empresarios esto puede resultar innecesarios para otros en cambio resultan beneficiosos para su organización, ya que consideran que cada factor representa un eslabón que superar para lograr el crecimiento de su organización que tanto ansían. La falta de experiencia y educación de los empresarios también juega un rol importante para la empresa ya que de esto dependen las decisiones que se tomaran para que la empresa logre mantenerse en el tiempo.

Las pequeñas empresas buscan crecer de manera intempestiva, algunas tienen en cuenta que existen muchos factores Empresariales que les puede dificultar para generar mayor ingresos a su organización; pero a su vez están al tanto de estas para enfrentarlas; todo eso les genera a los dueños un costo mayor con el que tienen que correr para que evitar que su organización se extinga, además resulta una batalla diaria para que su pequeña empresa logre el crecimiento.

IV. DISCUSIÓN

En el presente trabajo de investigación se tuvo como objetivo el determinar los factores Empresariales que dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018, para ello en la recolección de los datos se aplicó el método de las encuestas, por tanto en el presente se discutirá los antecedentes, las teorías y los resultados que han sido obtenidos, tratando de llegar al objetivo. Por su lado Avolio, Mesones y Roca (2012) mencionaron que existen cinco factores que dificultan el crecimiento de las pymes, el factor administrativo, factor operativo, factor estratégico, factor externo y factor personal, los cuales se deben tener en consideración ya que si no se tienen el cuidado necesario para hacerles frente puede perjudicar a los empresarios que están en vía de crecimiento. Se concuerda con el autor ya que se establecieron que en el Emporio Comercial de Gamarra existen cuatro de los cinco factores que menciona el autor, esto se debe a que los factores estratégicos son considerados dentro de los factores administrativos ya que depende de la gestión administrativa el generar estrategias o planes que les permita hacer frente a los inconvenientes que se puedan presentar ante la organización.

De tal modo Pardo y Rojas (2012) manifestó que debido a la globalización, los países logran ser más competitivos, por esto las empresas deben considerar apertura más sus mercados para aprovechar las ventajas que estos ofrecen, pero esto no se genera, debido a que muchas Pymes no logran un constante crecimiento ya que no le toman la relevancia necesaria para ingresar a nuevos mercados. Se concuerda con el autor ya que se observa que muchas pequeñas empresas solo ven el ingresar a un mercado extranjero como una visión a largo plazo, a pesar de que tienen en mente a que países pueden ingresar con su mercadería no terminan por realizarlo, ya que no cuentan con un plan comercial que les permita adquirir más clientes locales y extranjeros, además que no han sabido aprovechar

Así, Huanca (2015) menciona que la inestabilidad que existe en el sector textil evita que el país logre un crecimiento, además los productores se ven afectados ya que existen importaciones de productos textiles de China y de estados Unidos que ingresan a un menor precio y con una calidad menor, generando que la producción nacional no sea tan comercializada como la extranjera. Se concuerda con el autor ya que en el Emporio Comercial de Gamarra existe una gran cantidad de comerciantes, para los pequeños empresarios es de vital importancia el considerar el factor externo ya que es de los más

difíciles de afrontar, los pequeños empresarios están al tanto de como algunas empresas informales fomentan el contrabando, esto genera que los precios de sus productos tenga que reducirse para hacerles frente a su competencia lo cual solo les provoca malestar ya que sus ventas se reducen.

Por su lado Yapuchura (2017) detallo que los empresarios del sector textil tienen una dependencia en las materias primas ya que el no contar con un control adecuado en la optimización y adquisición de materia prima nacional o extranjera para su producción generan que existan retrasos o problemas con sus clientes. Se concuerda con el autor ya que los dueños de las pymes no cuentan con un control adecuado de inventarios, esto ha generado que existan retrasos en el envío de la producción y que existan pérdidas de clientes; en su mayoría las pymes no cuentan con muchos empleados que se puedan dedicar exclusivamente al área logística, la falta de conocimiento de los dueños de las empresas termina por perjudicarlos.

En la investigación de Huancal, Quispe y Canales (2016) mencionaron que en el Emporio Comercial de Gamarra solo el 20% de los empresarios cuentan con estudios superiores pero el 80% de los empresarios no cuentan con los estudios necesarios que les permita sostener su empresa a largo plazo. Se coincide con el autor ya que en el factor personal se ve la capacidad de dirección de sus dueños que son en su mayoría los que dirigen a su empresa, se observa que existen problemas o limitaciones a partir del factor humano que se encuentra dentro del factor personal, todo comienza desde el dueño, ya que muchos de estos no cuentan con la experiencia ni los estudios necesarios para poder dirigir su propia organización de la mejor manera, todo eso genera que muchas solo se queden en el camino, terminen estancándose o extinguiéndose.

Con respecto a la investigación de Mendoza y Giraldo (2016) manifestaron que los empresarios deben estar en constante innovación, buscar la creación de ventajas competitivas, invertir en el factor humano y contar con planes que les permita dividir muy bien sus recursos económicos. Se concuerda con el autor ya que se mencionan que existen muchos factores empresariales en los que deben enfocarse los administradores o dueños para mantenerse en el mercado, el invertir o brindar un incentivo a sus empleados para que estos mejoren está dentro del factor personal, la creación de planes estratégicos está dentro del factor administrativo, el buscar ser competitivo está dentro del factor externo y buscar innovar constantemente se considera dentro del factor operativo. El empresario debe adoptar algunos procesos y actividades para crecer, el adquirir mejor tecnología para innovar genera

que se reduzcan los tiempos de producción y entrega de su mercadería, el invertir en sus empleados ayuda a que estos brinden una mejor atención a sus clientes y el invertir en ellos genera que puedan dirigir mejor a sus empresas, deben contar con planes estratégicos que les permita llegar a sus metas; todo esto genera que tengan que desembolsar dinero extra para poder realizar lo mencionado anteriormente y si o cuentan con planes financieros les podría generar que tengan amplias perdidas y a largo plazo puedan perder sus empresas.

V. CONCLUSIONES

- Los factores administrativos dificultan de manera alta a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial De Gamarra, 2018 ya que para los empresarios no resulta relevante elaborar planes comerciales que les permita la captación de mayores clientes y si lo realizan no lo implementan en su totalidad. Además estos no le prestan la atención necesaria a sus trabajadores, buscan captar un personal con poca educación para evitar pagarle un sueldo alto, algunos incluso evitan los incentivos o apoyo que podría evitar la constante rotación de personal.
- Los factores operativos dificultan de manera alta a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial De Gamarra, 2018 ya que para evitar la contratación de personal extra que este más preparado y que cobre más de un sueldo básico, los mismos pequeños empresarios deciden realizar la mayoría de las actividades y muchas veces no se hacen abasto y terminan retrasando y perjudicando alguna actividad dentro de la cadena de suministros.
- Los factores externos dificultan de manera alta a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial De Gamarra, 2018, ya que para los empresarios resulta una desventaja el contar con una competencia que no aporte al crecimiento en general de todo el sector textil, estos los perjudica debido a que deberán bajar sus precios por debajo del mercado ocasionándose grandes pérdidas.
- Los factores personales dificultan de manera alta a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial De Gamarra, 2018 ya que muchos de los pequeños empresarios no se dan cuenta de la necesidad de adquirir mayores conocimientos que son necesarios para administrar su empresa y lo que esta requiere, creen que es una labor sencilla y conforme van pasando los años notan que esa no es la realidad ya que no pueden resolver problemas rápidamente y su empresa no logra el crecimiento que tanto ansían.
- Los factores Empresariales dificultan de manera alta a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial De Gamarra, 2018 ya que los empresarios buscan crecer y aumentar sus ingresos de forma rápida, pero no toman en cuenta que para que su empresa logre el crecimiento que tanto ansían necesitan formación, conocimiento constante de las variaciones del mercado, darle

la importancia necesaria a sus empleados y realizar planes que les permita conocer a donde va dirigido su empresa.

- Así mismo se concluye que algunas pymes conocen y tienen en mente el querer ingresar a un mercado extranjero ya que lo ven como una oportunidad para incrementar su cartera de clientes y sus ganancias, pero están conscientes que no cuentan ni con la capacidad productiva ni con los conocimientos necesarios que les facilite generar alguna transacción con algún comprador del exterior.

VI. RECOMENDACIONES

- Los empresarios deben prepararse más para que adquieran los conocimientos necesarios, necesitan realizar especializaciones, o cursos básicos que les permita tomar mejores decisiones para tener una empresa flexible y con profesionalismo, y así puedan tener rápidas y mejores respuestas ante los cambios que se ocasionen en el mercado.
- Los empresarios deben comprender muy bien las decisiones que deberán tomar para mejorar su organización, deben entender las herramientas que les ayude con la planeación y control, y conocer las herramientas de control administrativo que promuevan la eficiencia y eficacia para lograr los objetivos de su empresa.
- Los pequeños empresarios que consideren que su empresa se encuentren en la fase de declive deberán formar alianzas con otras empresas para que les facilite el acceder a una mejor red de proveedores y así puedan reducir los precios de los insumos y logren ser más competitivos.
- Los empresarios deben tomar conciencia sobre que es importante el estar en constante investigación e innovación sobre los mercados en los que no se encuentran ya que esto puede ser el comienzo para ingresar a nuevos mercados.
- Deben buscar asesoramiento o asistencia que le permita realizar mejoras en sus productos, procesos de producción, la adquisición de mejores tecnológicas que les permita reducir procedimientos y exceso de personal.
- Los empresarios deben apoyar a sus empleados ya que este es el primer contacto con el cliente, deben brindarles capacitaciones e incluso darle cargos o actividades de importancia para la empresa ya si puedan desarrollarse y crecer junto a la empresa.

REFERENCIAS

- Alva, M. (2011) La exportación de bienes y servicios: ¿Conoce la regulación en la Ley del IGV? Actualidad empresarial. Recuperado de http://aempresarial.com/asesor/adjuntos/2da_quincena_de_agosto_2011.pdf
- Avolio, B., Mesones, A., y Roca, E. (2011, agosto) Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú (MYPES). Revista estrategia. Recuperado de <http://centrum.pucp.edu.pe/categoria-publicaciones/catalogo/revista-estrategia/>
- Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C. (2005) *Guía básica del exportador*. México D.F, México: Bancomex.
- Blas, P. (2014) *Diccionario de Administración y Finanzas*. Estados Unidos: Palibrio.
- Benzing, C., Manh Chu, H., & Kara, O. (2009). Entrepreneurs in Turkey: A Factor Analysis of Motivations, Success Factors, and Problems. *Journal of Small Business Management*, 47 (1), 58-91.
- Cardozo, E., Velasquez, Y. y Rogriguez, C. (2012) Revisión de la definición de PYME en América Latina. Recuperado de <http://laccei.org/LACCEI2012-Panama/RefereedPapers/RP031.pdf>
- Cruz, C. (2011) *Administración de Empresas y Organización de la Producción*. Universidad de Jaén: España.
- Cuervo, A., Ribeiro, D. y Roing S. (2015) Entrepreneurship: conceptos, teorías y perspectiva. Universidad de Valencia: España.
- Cuevas, J. (2006) El rol de Entrepreneurship en el Proceso del Crecimiento Económico. *Estudios de economía aplicada*, 24(2), 361-387.
- Daniels, J.; Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2010) *Negocios Internacionales Ambientes y Operaciones*. Ciudad de México, México: Person Educación.
- Daniels, J.; Radebaugh, L. y Sullivan, D. (2013) *Negocios Internacionales Ambientes y Operaciones*. Ciudad de México, México: Person Educación.
- Debarliev, S. y Janeska, A. (2015) Factors affecting growth of smallbusiness: the case of a developingcountry having experiencedtransition. *European Scientific Journal*, 11(28), 1 -28.
- Díaz, B. y Jungbluth, C. (1999) *Calidad total en la empresa peruana*. Lima, Peru: Fondo de Desarrollo Editorial de la universidad de Lima.

- Escandón, D. y Arias, A. (2016) Capacidades y recursos que influyen en las empresas femeninas. *Redalyc*, 27(45), 31-44.
- Fernandez, M., Peña, I. y Hernández, F. (2008) Factores determinantes del éxito exportador. El papel de la estrategia exportadora en las cooperativas agrarias. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 63 (1), 39-64
- Fernández, J. y Romero, I. (2013) Entrepreneurial quality and regional development: Characterizing SME sectors in lowincomeareas. *Papers in Regional Science*, 92(3), 495–513.
- Galindo, M. y Viridiana, R. (julio de 2015) Exportaciones. Estudios economicos. Recuperado de http://www.mexicocomovamos.mx/wp-content/uploads/2015/07/ficha-exportaciones_v4.pdf
- Gonzales, J. y Granda, J. (2016) Relación de las tecnologías de información y la gestión empresarial de una pequeña empresa de Trujillo, 2016. *Tecnología y desarrollo*, 14(1), 101-108.
- Guzman, C., Santos, F. y Barroso, M. (2016) Cooperativismo, Factor Empresarial y Desarrollo economico:Propuesta de un modelo Teorico de enlace. *Revesco* 122(1), 110-134.
- Hernández, G. (2006) *Diccionario de economía*. Bogotá, Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Huanca, C. (2015) *Factores determinantes de la industria textil en Bolivia Periodo (2000-2013)*. (Tesis de pregrado), Universidad Mayor de San Andrés.
- Koontz, H. y Cannice, M. (2012). *Administración una perspectiva global y empresarial*. (14ª edición). Nueva York, Estados Unidos: McGraw-Hill.
- Martinez, J. (2016) Factores externos determinantes de las decisiones de inversión a largo plazo en el sector farmacéutico. *Revista Redalyc*, 18(3),415-430
- Mendoza, C. Giraldo, M. (2016). *La internacionalización y su relación con la competitividad de las pymes exportadoras textiles ubicadas en lima metropolitana*. (Tesis de pregrado), Universidad San Ignacio de Loyola.
- Minervini, N. (2014) *Ingeniera de la exportación*. Ciudad de México. México: Cengage Learning Editores, S.A.
- Oficina internacional del trabajo. (2015) Informe IV Pequeñas y medianas empresas y creación de empleo decente y productivo. Recuperado de http://www.herramientasoit.org/_lib/file/doc/PyME%20-%20CIT%202015.pdf

- Olivares, A., Moya, M., Ochoa, J. y Espinoza, F. (2016) *Factores explicativos de competitividad empresarial. Ciudad de México*. México: Qartuppi.
- Paredes, R., Peña, N., Vacio, I. (2016) *La Micro y Pequeña Empresa: Un análisis desde la perspectiva económico-administrativa. Tópicos Selectos de Micro y Pequeñas Empresas*. San Juan del Rio Queretaro: ECORFAN
- Rebatta, J. (2013) *Efecto de la promoción comercial, la participación de la pyme y la experiencia exportadora previa en las exportaciones de confecciones de punto en el Perú, periodo 2008-2012*. (Tesis de Magister), Universidad Nacional de ingeniería.
- Sanchez, S. y Herrera, M. (2016) Los recursos humanos bajo el enfoque de la teoría de los recursos y capacidad. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 24(2), 133-146.
- Santana, A. y Portilla, F. (2014) *Análisis de factores que intervienen en la internacionalización de las pymes en Colombia*. (Tesis de pregrado), Universidad del Rosario.
- Sunat. (2017) *¿Que es una mype?*. Recuperado de <http://emprender.sunat.gob.pe/que-beneficios-tengo>
- Sierralta, A. (2013) *Contratos de comercio internacional*. Lima, Perú: Fondo editorial de la Pontificia Universidad Catolica del Peru.
- Sierralda, A. (2014) *Comercio Internacional*. Medellin. Colombia: Editorial Universidad de Medellin.
- Sierralda, A. (2014) *Teoria evolutiva del comercio internacional*. Lima, Perú: Universidad Esan.
- Sucso, D. (2016) *Factores que afectan en la exportación de las empresas del sector textil de la región de Tacna periodo 2013-2014*. (Tesis de pregrado), Universidad Privada de Tacna
- Lengerke y Najera (2009) *¿Qué factores limitan las exportaciones de las Pymes? Caso Cartagena*. (Tesis de pregrado). Universidad Tecnológica de Bolívar.
- Tomta, D. (2010) Cadenas productivas y productividad de las Mipymes. *Revista criterio libre*, 7(11), 145-164.
- Toro, I. y Villegas, D. (2010) Las pymes: una mirada a partir de la experiencia académica del MBA. *Revista MBA eafit*. 1(1), 86-101.
- Villavicencio, J. (2006) Factores críticos que afectan el desarrollo exportador de las Pymes. *Revista Tec Empresarial*, 1(1), 32-37.

Witker, J. (2011) *Derecho del comercio exterior*. Ciudad de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Yapuchura, C (2017) *El comportamiento de la provisión de materia prima para la industria textil y su incidencia en la economía del departamento de la paz*. (Tesis de pregrado), Universidad Mayor de San Andrés.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

TITULO: FACTORES EMPRESARIALES QUE DIFICULTAN A LAS PYMES TEXTILES EXPORTADORAS DE PRENDAS DE VESTIR DEL EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA, 2018									
OBJETO DE ESTUDIO	PROBLEMAS DE INVESTIGACION	OBJETIVOS DE INVESTIGACION	HIPOTESIS	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODO
Las pymes textiles con fines de exportación	Problemas general	Objetivos general	Hipótesis general	El factor empresarial a pesar de que no cuenta con una definición exacta, se le determina como aquello que engloba tanto a la persona que realiza una actividad empresarial como a la empresa misma, por ende se menciona que para que los factores empresariales resulten positivos y generen beneficios para una empresa deben encontrarse en un territorio que sea de calidad. (Fernandez y Romero, 2013, p. 496)	Se recolectará los datos primarios mediante una encuesta para la elaboración del proyecto.	Factores Empresariales	Factores Administrativos	Gestión administrativa	Se utilizó como método estadístico de recolección de datos las encuestas y luego se procesara todo en el software estadístico SPSS 21.0.
	¿Cómo dificultan los factores empresariales a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018?	Identificar los factores empresariales que dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018.	Los factores empresariales dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018 de manera alta.					Capacitación	
								Gestión de recursos humanos	
	Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicos				Factores Operativos	Control de inventarios	
	¿Cómo dificultan los factores administrativos a las pymes textiles con fines de exportación de prendas de vestir del Emporio Comercial de Gamarra, 2018?	Identificar cómo los factores administrativos dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018.	Los factores administrativos dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018 de manera alta.					Estrategias de marketing	
	¿Cómo dificultan los factores operativos a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018?	Identificar cómo los factores operativos dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018.	Los factores operativos dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018 de manera alta.				Factores Externos	Proveedores	
	¿Cómo dificultan los factores externos a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018?	Identificar cómo los factores externos dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018.	Los factores externos dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018 de manera alta.					Informalidad/ contrabando	
	¿Cómo dificultan los factores personales a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018?	Identificar cómo los factores personales dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018.	Los factores personales dificultan a las pymes textiles de prendas de vestir con fines de exportación del Emporio Comercial de Gamarra, 2018 de manera alta.				Factores Personales	Tecnología	
			Competencia						
							Factores Personales	Educación	
								Experiencia	

Fuente: Elaboración propia

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS						
SEÑOR(A):						
Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle muy gentilmente unos minutos de su tiempo para poder rellenar esta encuesta que a continuación se observa. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios, servirán para recopilar datos informativos acerca de cuáles son los factores que afectan a las pymes textiles de prendas de vestir de Gamarra. En este cuestionario se encontrará con una serie de preguntas relacionadas a lo que sucede en su organización, no hay respuestas incorrectas o correctas, estas solo expresan la opinión personal que usted tenga.						
INSTRUCCIONES: marque con un aspa (X) la respuesta que usted considere se acerque más a la realidad de su empresa, ya sea en el recuadro de S (Siempre), CS (Casi Siempre), AV (A Veces), CN (Casi Nunca) o N (Nunca). Se le agradece por su tiempo y colaboración.						
CUESTIONARIO						
VARIABLE: FACTORES EMPRESARIALES						
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		NUNCA	POCAS VECES	ALGUNAS VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
		1	2	3	4	5
FACTOR ADMINISTRATIVO	GESTIÓN ADMINISTRATIVA					
	1. Con que frecuencia en su empresa se realiza una planeación estratégica.					
	2. Con que frecuencia se elabora un plan comercial y de ventas.					
	CAPACITACIÓN					
	3. Con que frecuencia les brinda alguna capacitación y/o apoyo en sus estudios a sus empleados.					
	GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS					
	4. Con que frecuencia organiza y motiva a los trabajadores de su empresa.					
	5. Con que frecuencia Se brindan incentivos monetarios a los empleados que tienen un buen desempeño.					
6. Considera que existe una alta rotación de personal						
7. Considera que sus empleados no cuentan con la educación y experiencia necesaria para ascender de sus puestos						
FACTOR OPERATIVO	CONTROL DE INVENTARIOS					
	8. Con que frecuencia Se realizan controles de inventarios mensualmente.					
	9. Considera que existen retrasos en su cadena de suministros.					
	10. Con que frecuencia ha habido retrasos en relación con el tiempo de entrega de los productos.					
	ESTRATÉGIAS DE MARKETING					
	11. Considera que sus estrategias de marketing no son suficientes para atraer más clientes.					
	12. Considera que las redes sociales pueden ayudar a que adquieran más clientes					
	PROVEEDORES					
13. Con que frecuencia Los proveedores les brindan facilidades de pago						
14. Con que frecuencia se suele recurrir a nuevos proveedores.						
FACTOR EXTERNO	INFORMALIDAD/ CONTRABANDO					
	15. Con que frecuencia La informalidad influye negativamente en su empresa.					
	16. Considera que el aumento del contrabando de prendas textiles ha logrado reducir sus ventas					
17. Con que frecuencia los precios de los productos de su empresa se han reducido por la competencia desleal.						

	TECNOLOGÍA					
	18. Con que frecuencia necesita acceder a nueva tecnología para mantenerse en el mercado.					
	COMPETENCIA					
	19. Considera que la creación de nuevas empresas genera que la organización pierda clientes.					
	20. Considera que existe una fuerte competencia internacional con relación al producto de la empresa.					
	21. Considera que existen pocas oportunidades de venta para su producto en el extranjero.					
	EDUCACIÓN					
	22. Considera que necesita prepararse más para estar afín del constante cambio del mercado.					
	23. Considera que la falta de especialización lo demora con la resolución de inconvenientes que se prestan constantemente en su empresa.					
	24. Considera que necesita un trabajador que sea capaz de dirigir su organización					
	25. Considera que usted puede dirigir mejor su empresa que alguien más preparado					
	EXPERIENCIA					
	26. Considera que la poca experiencia evita que pueda resolver los problemas de su organización velozmente.					
	27. Considera que su empresa solo puede satisfacer la demanda nacional, pero no la internacional					
	28. Considera que a su empresa aún le falta experiencia para lograr posicionarse en mercados extranjeros					
FACTOR PERSONAL						

Anexo 3: Validación de instrumento



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Marcos Cueva Pery David
 I.2. Especialidad del Validador: Magister en Comercio Internacional y Negocios
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC - Investigador
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Factores Emocionales
 I.5. Autor del instrumento: Sipari Sanchez Stepany

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 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						/

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....
 Hay Suficiencia

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95%

Los Olivos, 22 de 11 del 2018.

.....
 Firma de experto informante

DNI: 41380193

Teléfono: 986403288

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: FACTORES EMPRESARIALES

	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
ITEM 1	/		
ITEM 2	/		
ITEM 3	/		
ITEM 4	/		
ITEM 5	/		
ITEM 6	/		
ITEM 7	/		
ITEM 8	/		
ITEM 9	/		
ITEM 10	/		
ITEM 11	/		
ITEM 12	/		
ITEM 13	/		
ITEM 14	/		
ITEM 15	/		
ITEM 16	/		
ITEM 17	/		
ITEM 18	/		
ITEM 19	/		
ITEM 20	/	/	
ITEM 21			
ITEM 22	/		
ITEM 23	/		
ITEM 24	/		
ITEM 25	/		
ITEM 26	/		
ITEM 27	/		
ITEM 28	/		

Firma de experto informante

DM: 41380193

Teléfono: 986403288



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: AQUARRE SANCHEZ CARLOS ALBERTO
- I.2. Especialidad del Validador: ADMINISTRADOR
- I.3. Cargo e Institución donde labora: COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN - UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Factores Empresariales.
- I.5. Autor del instrumento: Sipari Sanchez Stephany.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 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					80	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80

Los Olivos, 27 de NOVIEMBRE del 2018.



Firma de experto informante
 DNI: 45690855
 Teléfono: 986609676

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: FACTORES EMPRESARIALES

	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
ITEM 1	/		
ITEM 2	/		
ITEM 3	/		
ITEM 4	/		
ITEM 5	/		
ITEM 6	/		
ITEM 7	/		
ITEM 8	/		
ITEM 9	/		
ITEM 10	/		
ITEM 11	/		
ITEM 12	/		
ITEM 13	/		
ITEM 14	/		
ITEM 15	/		
ITEM 16	/		
ITEM 17	/		
ITEM 18	/		
ITEM 19	/		
ITEM 20	/		
ITEM 21		/	
ITEM 22	/		
ITEM 23	/		
ITEM 24	/		
ITEM 25	/		
ITEM 26	/		
ITEM 27	/		
ITEM 28		/	

Firma de experto informante

DNI: 45690855

Teléfono: 986609676



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MICACA MAGUINA MARY HELLEN
 I.2. Especialidad del Validador: DNA - ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DOCENTE UNIVERSIDAD
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Factores Emproccarials
 I.5. Autor del instrumento: Sipca Sachy Stephany

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 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					72	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

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

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

72

Los Olivos, 27 de NOVIEMBRE del 2018.

Firma de experto informante

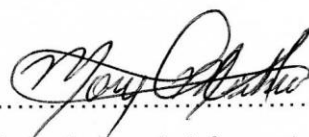
DNI: 41498652

Teléfono: 995 801 023

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: FACTORES EMPRESARIALES

	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
ITEM 1	/		
ITEM 2	/		
ITEM 3	/		
ITEM 4	/		
ITEM 5	/		
ITEM 6	/		
ITEM 7	/		
ITEM 8	/		
ITEM 9	/		
ITEM 10	/		
ITEM 11	/		
ITEM 12	/		
ITEM 13	/		
ITEM 14	/		
ITEM 15	/		
ITEM 16	/		
ITEM 17	/		
ITEM 18	/		
ITEM 19	/		
ITEM 20	/		
ITEM 21		/	
ITEM 22	/		
ITEM 23	/		
ITEM 24	/		
ITEM 25	/		
ITEM 26	/		
ITEM 27	/		
ITEM 28		/	



Firma de experto informante

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

Anexo 4:

Base de datos: Factores Empresariales que dificultan a las pymes

FACTORES EMPRESARIALES																												
FACTOR ADMINISTRATIVO							FACTOR OPERATIVO							FACTOR EXTERNO							FACTOR PERSONAL							
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5		
2	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	2	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5
4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
6	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
9	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	2	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5
10	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	2	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
12	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5
13	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	2	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5
17	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
19	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5
20	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5
21	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

FACTORES EMPRESARIALES																												
FACTOR ADMINISTRATIVO							FACTOR OPERATIVO							FACTOR EXTERNO							FACTOR PERSONAL							
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
22	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	2	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5
23	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5
27	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5
29	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	2	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
30	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
32	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	2	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5
33	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
34	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	2	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
36	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5
37	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
38	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
40	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5
41	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	2	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	2	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
43	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5
44	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
46	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5

FACTORES EMPRESARIALES																											
FACTOR ADMINISTRATIVO							FACTOR OPERATIVO							FACTOR EXTERNO							FACTOR PERSONAL						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
47	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
48	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5
49	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	2	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	2	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	2	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	2	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
56	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5
58	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5
59	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	2	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
61	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	2	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
62	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5
67	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4
68	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
69	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
70	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	2	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4

FACTORES EMPRESARIALES																												
FACTOR ADMINISTRATIVO							FACTOR OPERATIVO							FACTOR EXTERNO							FACTOR PERSONAL							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
72	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5
73	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	2	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
76	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5
77	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	2	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
80	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4
81	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	2	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4
82	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5