



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**Financiamiento y el Crecimiento Empresarial en las Mypes
del Centro Comercial Sagrado Corazón de Jesús en Av. los
Jardines Este de San Juan de Lurigancho, año 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

AUTORA:

Herrera Vegas, Rocío Aurora (0000-0002-1394-4540)

ASESOR:

Mg. Zuñiga Castillo, Arturo Jaime (0000-0003-1241-2785)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

Esta investigación va destinada a mi mamá Laura y mi papá Inocencio por su apoyo en el éxito de mis objetivos trazados y enseñarme que con perseverancia se puede lograr tus sueños. A mis hermanos Cleyman, Ronald y Jorge por sus consejos motivadores para seguir, a mi familia, a mis amigos, mis tíos y en especial a mi enamorado que me apoyo incondicionalmente en el proceso de mi formación. Gracias a todos ellos.

Agradecimiento

Agradecida con dios por la fortaleza que me dio para seguir, por estar conmigo en cada etapa de este proceso, y darme el valor para superar los obstáculos presentados. A mi papá, mamá, hermanos, a mi familia, amigos y profesores que estuvieron conmigo en el proceso de toda mi formación y también a mi orientador el Mg. Arturo Jaime Zuñiga Castillo por su entereza y por el compromiso que tuvo hasta el final de este proceso académico.

Índice de contenidos

Dedicatoria	i
Agradecimiento.....	ii
Índice de contenidos	iii
Índice de tablas	iv
Índice de figuras	vii
Resumen.....	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN.....	11
II. MARCO TEORICO.....	13
III. MÉTODOLOGIA	30
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	30
3.2. Variables y operacionalización	31
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis....	32
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	33
3.5. Procedimientos	34
3.6. Métodos de análisis de datos.....	34
3.7. Aspectos éticos.....	35
IV. RESULTADOS	36
4.1. Resultados descriptivos	36
4.2. Prueba de normalidad	37
4.3. Prueba de hipótesis	38
V. DISCUSIÓN.....	41
VI. CONCLUSIONES	44
VII. RECOMENDACIONES.....	46
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47
ANEXOS.....	53

Índice de tablas

<i>Tabla 4: Aspectos Éticos</i>	35
<i>Tabla 5: Tabla cruzada financiamiento y crecimiento empresarial</i>	36
<i>Tabla 6: Tabla cruzada entre Financiamiento y Factor Interno</i>	36
<i>Tabla 7: Tabla cruzada entre Financiamiento y Factor Externo</i>	37
<i>Tabla 8: Pruebas de normalidad</i>	37
<i>Tabla 9: Correlaciones financiamiento y crecimiento empresarial</i>	38
<i>Tabla 10: Correlaciones financiamiento y factor interno</i>	39
<i>Tabla 11: Correlaciones financiamiento y factor externo</i>	40
<i>Tabla 12: La empresa tiene fácil acceso al crédito de proveedores</i>	62
<i>Tabla 13: La empresa tiene financiamiento de las entidades financieras</i>	63
<i>Tabla 14: Las mypes cuentan con las condiciones crediticias exigidas por las entidades financieras</i>	64
<i>Tabla 15: Las mypes incluyen la recuperación de las cuentas por cobrar en su plan de trabajo</i>	65
<i>Tabla 16: El financiamiento otorgado por los proveedores es relevante para las empresas</i>	66
<i>Tabla 17: Los proveedores le cobran intereses por deudas adquiridas</i>	67
<i>Tabla 18: La empresa en la que labora posee un buen historial crediticio que les permita a las entidades financieras determinar la confiabilidad para otorgarles financiamiento</i>	68
<i>Tabla 19: Usted como empresario se siente satisfecho o apoyado con los medios de financiamiento que existen en la banca comercial</i>	69
<i>Tabla 20: Alguna vez ha obtenido éxito acudiendo a los bancos para obtener financiamiento por cualquiera de los medios que ofrecen</i>	70
<i>Tabla 21: La empresa se financia con prestamistas, familiares, banquitos</i>	71
<i>Tabla 22: El costo de financiación de prestamistas panderos y banquitos es mayor al sistema financiero</i>	72
<i>Tabla 23: Usan las reservas de capital para financiar la empresa</i>	73
<i>Tabla 24: Con las reservas de capital compran activos para la empresa</i>	74
<i>Tabla 25: Financia sus actividades con la venta de bienes</i>	75
<i>Tabla 26: Ayuda la venta de activos en la financiación a su negocio</i>	76

<i>Tabla 27: La emisión de acciones es una fuente de financiamiento en su negocio</i>	77
<i>Tabla 28: La empresa ha otorgado préstamos a terceros de sus ganancias obtenidas durante el año</i>	78
<i>Tabla 29: La empresa es asesorada sobre las alternativas de financiamiento</i>	79
<i>Tabla 30: El crecimiento de su negocio ha sido influenciado por el financiamiento</i>	80
<i>Tabla 31: Esta informado sobre las diferencias tasas que ofrecen las instituciones financieras</i>	81
<i>Tabla 32: Contar con productos desarrollados por la empresa son preferibles por su calidad</i>	82
<i>Tabla 33: La calidad de sus productos influye en el crecimiento empresarial</i>	83
<i>Tabla 34: La empresa apertura nuevas tiendas</i>	84
<i>Tabla 35: La expansión a nuevos mercados que tienen variedad de productos promueve el crecimiento empresarial</i>	85
<i>Tabla 36: El crecimiento de la empresa es inducido por la motivación personal</i>	86
<i>Tabla 37: La búsqueda de la satisfacción personal relacionada con el aumento del prestigio ayuda en la expansión</i>	87
<i>Tabla 38: Invertir en la mejora tecnológica es conveniente para el aumento de ventas en las empresas</i>	88
<i>Tabla 39: La mejora tecnológica favorece el crecimiento económico de las empresas</i>	89
<i>Tabla 40: La empresa tiene estrategias comerciales que permite hacer frente a la competitividad</i>	90
<i>Tabla 41: Para lograr ser más competitivo les da un valor agregado a sus productos</i>	91
<i>Tabla 42: Ofrece incentivos a sus clientes para que vuelvan a comprar en su negocio</i>	92
<i>Tabla 43: Cumple con los compromisos pactados con sus clientes sean implícitos o explícitos</i>	93
<i>Tabla 44: Evalúa al proveedor antes de ser seleccionado para saber si es el indicado</i>	94
<i>Tabla 45: Para elegir a sus proveedores realizan una búsqueda estratégica</i>	95

<i>Tabla 46: La aceptación del producto ofertado influye en la decisión del consumidor.....</i>	<i>96</i>
<i>Tabla 47: El crecimiento de la demanda genera el aumento de los puntos de venta</i>	<i>97</i>
<i>Tabla 48: El acceso al financiamiento de las instituciones bancarias es recurrente en la empresa.....</i>	<i>98</i>
<i>Tabla 49: La empresa tiene acceso al financiamiento en las entidades microfinancieras</i>	<i>99</i>
<i>Tabla 50: Recibiría un taller de marketing para que aumente sus ventas y expanda su negocio</i>	<i>100</i>
<i>Tabla 51: Considera que es difícil competir con los negocios informales, si no dispone de recursos</i>	<i>101</i>
<i>Tabla 1: Escala de Likert.....</i>	<i>103</i>
<i>Tabla 2: Juicio de expertos.....</i>	<i>103</i>
<i>Tabla 3: Análisis de Fiabilidad.....</i>	<i>104</i>

Índice de figuras

Gráfico N° 1: Acceso al crédito de proveedores.....	62
Gráfico N° 2: Financiamiento de las entidades financieras	63
Gráfico N° 3: Condiciones crediticias	64
Gráfico N° 4: Recuperación de cuentas por cobrar	65
Gráfico N° 5: Financiamiento otorgado por los proveedores	66
Gráfico N° 6: Deudas adquiridas	67
Gráfico N° 7: Fuentes externas de financiamiento	68
Gráfico N° 8: Las empresas recurren al financiamiento bancario.....	69
Gráfico N° 9: Créditos otorgados por las entidades bancarias	70
Gráfico N° 10: Financiamiento con prestamistas, familiares, banquitos	71
Gráfico N° 11: Costo de financiación de prestamistas, panderos y banquitos.....	72
Gráfico N° 12: Reservas de capital	73
Gráfico N° 13: Compran activos con las reservas de capital.....	74
Gráfico N° 14: Financia sus actividades con la venta de bienes	75
Gráfico N° 15: Ayuda la venta de activos en la financiación.....	76
Gráfico N° 16: La emisión de acciones una fuente de financiamiento.....	77
Gráfico N° 17: Ganancias obtenidas	78
Gráfico N° 18: Alternativas de financiamiento	79
Gráfico N° 19: Financiamiento mediante la venta de facturas.....	80
Gráfico N° 20: Se economiza gastos bancarios mediante la autofinanciación	81
Gráfico N° 21: Productos desarrollados	82
Gráfico N° 22: Calidad de sus productos.....	83
Gráfico N° 23: Apertura nuevas tiendas	84
Gráfico N° 24: Expansión a nuevos mercados	85
Gráfico N° 25: Motivación personal	86
Gráfico N° 26: Satisfacción personal.....	87
Gráfico N° 27: Invertir en la mejora tecnológica	88
Gráfico N° 28: La mejora tecnológica favorece el crecimiento	89
Gráfico N° 29: La empresa tiene estrategias comerciales.....	90
Gráfico N° 30: Valor agregado a los productos	91
Gráfico N° 31: Fidelidad del comprador.....	92

<i>Gráfico N° 32: El aumento de las ventas</i>	93
<i>Gráfico N° 33: Evaluar al proveedor</i>	94
<i>Gráfico N° 34: Búsqueda estratégica</i>	95
<i>Gráfico N° 35: Aceptación del producto ofertado</i>	96
<i>Gráfico N° 36: Crecimiento de la demanda</i>	97
<i>Gráfico N° 37: Acceso al financiamiento</i>	98
<i>Gráfico N° 38: Financiamiento en las entidades microfinancieras</i>	99
<i>Gráfico N° 39: Taller de marketing para el aumento de ventas</i>	100
<i>Gráfico N° 40: Competir con los negocios informales</i>	101

Resumen

El propósito de la investigación fue determinar el nivel de relación que existió entre financiamiento y el crecimiento empresarial en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. Los jardines este de san juan de Lurigancho, año 2019. La cual se basó en una problemática sobre aquellas mypes o nuevas organizaciones que aún no contaban con financiamiento y que no podían permanecer en el mercado por no poseer fondos de trabajo indispensables para seguir con sus actividades, es importante que los empresarios sepan en que van a invertir su dinero, tomando decisiones correctas para tener éxito en los negocios y sean capaces de cumplir con sus obligaciones. Para la variable financiamiento hubo temas como el financiamiento externo y/o interno y para nuestra variable crecimiento empresarial se habló sobre sus factores internos y/o externos. La investigación fue de tipo básica, con un diseño no experimental, con un nivel correlacional. Tuvimos una población conformada por 40 microempresas teniendo como muestra de 40 encuestados fueron estos los dueños de los negocios. Como técnica de recopilación de datos se usó la encuesta y su instrumento fue el cuestionario. El cual al ingresarlo al sistema estadístico dio como resultado que el instrumento tuvo una confianza de 0.908 en su alfa de Cronbach y se pudo corroborar que si existió un nivel alto de relación con un coeficiente de 0.878 por lo que afirma que si existió un vínculo de relación entre financiamiento y el crecimiento empresarial en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. Los jardines este de san juan de Lurigancho, año 2019.

Palabras clave: Financiamiento, fuentes de financiamiento, crecimiento empresarial, factores internos y externos.

Abstract

The purpose of the research was to determine the level of relationship that existed between financing and business growth in the mypes of the Sagrado Corazón de Jesús shopping center in Av. The eastern gardens of San Juan de Lurigancho, year 2019. Which was based on a problem about those mypes or new organizations that still did not have funding and that could not remain in the market because they did not have essential working funds to continue with their activities, it is important that entrepreneurs know where they are going to invest their money, making the right decisions to be successful in business and are able to meet their obligations. For the variable financing, topics such as external and / or internal financing, and for our variable business growth, they discussed its internal and / or external factors. The research was of a basic type, with a non-experimental design, with a correlational level. We had a population made up of 40 micro-businesses, with a sample of 40 respondents who were the business owners. The survey was used as a data collection technique and its instrument was the questionnaire. Which when entering it into the statistical system gave as a result that the instrument had a confidence of 0.908 in its Cronbach's alpha and it was possible to corroborate that if there was a high level of relationship with a coefficient of 0.878, so it states that if there was a link of Relationship between financing and business growth in the mypes of the Sagrado Corazón de Jesús shopping center in Av. The eastern gardens of san juan de Lurigancho, year 2019.

Keywords: Financing, sources of financing, business growth, internal and external factors.

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años en el documento publicado financiamiento para pequeñas y medianas empresas y el nuevo emprendedor 2018: un anotador de la OCDE bajo la responsabilidad del secretario general de la misma, realizan seguimiento del acceso a financiamiento por parte de las pymes y emprendedores, este informe muestra que el financiamiento a las mypes descendió en 2016 en los diferentes países del mundo, porque se han utilizado otras fuentes de financiamiento alternativas. Entonces se puede deducir que las mypes del rubro comercial también tienen el problema de financiamiento porque es considerado riesgoso darles crédito para que sigan creciendo empresarialmente, por eso buscan otras herramientas de financiamiento que tengan intereses bajos y que les den lo que necesitan para continuar invirtiendo para seguir innovándose con nuevos productos y hacerle frente a la competencia. Las empresas al realizar sus actividades buscan usar y explotar de forma capaz y activa todos los recursos que intervienen en las operaciones. Según investigadores del PBI han desarrollado indicadores que se encarga de seguir de cerca las condiciones de que las empresas cuenten con liquidez, refiriéndose directamente a la facilidad de financiación en los mercados financieros internacionales.

Para las empresas comerciales, siendo mypes puede resultar crucial no contar con alternativas de financiamiento para su crecimiento, en América Latina según la encuesta del banco interamericano de desarrollo (BID) Fomin al sector bancario en este reporte se puede saber sobre el panorama del financiamiento a las mypes en la zona, esta información fue recaudada de 119 bancos en 19 países. En el año 2014 el 90% de los bancos consideraban a las pymes como parte estratégica de sus negocios y el 75% de los bancos contaba con una sección especializada en préstamos para pymes, según esta encuesta la informalidad es una de las causas de no conseguir líneas de crédito, ya que al no verificar la información de la empresa el banco no puede tomar una decisión crediticia, porque sería un riesgo para ellos y las empresas no contarían con fondos suficientes para continuar con sus actividades.

En el Perú las MYPES según informes de la SUNAT son quienes generan mayor empleo y aportes en la economía, en el financiamiento existen muchas limitaciones dependiendo del tamaño de las empresas y por la falta de liquidez, según el diario el comercio la banca peruana actualmente se encuentra en una situación sólida y con una liquidez buena, para poder financiar a la empresa un fondo de maniobra y su desarrollo empresarial que ayudara a tener una economía activa.

San Juan de Lurigancho es un distrito concurre una gran cantidad de comerciantes la mayoría de estos, son Mypes según el registro de la SUNAT, y son limitadas con el crecimiento como empresa ya que las entidades financieras no les facilitan líneas de crédito en caso no cuente con un historial crediticio, es por eso que buscarían otros tipos de financiamiento, ocasionando que las estructuras financieras de los centros comerciales no se encuentran renovadas con respecto a las herramientas financieras. Es posible que esta sea una razón por la que las empresas suelen quebrar cuando recién empiezan sus actividades porque si no cuentan con liquidez, no van a poder obtener la suficiente maquinaria para invertir en productos innovadores y por ende ocasionara pérdidas de clientes. En caso de que las empresas por falta de liquidez llegasen a cerrar sus actividades podrían traer consigo muchas consecuencias que afectarían la economía del país y pueden generar desempleo y pobreza para muchas familias, por ello la manera de financiarse es muy importante en una empresa para que cuente con la liquidez y así se siga expandiendo en su ámbito empresarial.

II. MARCO TEORICO

Se encuentra investigación relacionada al tema, dentro de la cuales podemos señalar a:

Mendoza (2015) en su tesis nombrada: *El financiamiento como factor de crecimiento en las mypes del Callao*. Tesis para alcanzar el título profesional de contador público de la Universidad Nacional del Callao, tuvo como objetivo general demostrar como el financiamiento idóneo impulsa el crecimiento continuo de las mypes. El tipo de investigación fue cuantitativa, el nivel fue descriptivo-correlacional, el diseño de investigación fue no experimental. Se tomó como población a las mypes del callao y se usó una muestra de 96 mypes; la técnica que se utilizó fue la encuesta y el instrumento a usar fue el cuestionario. Por lo que se concluyó que la principal dificultad que tienen las micro y pequeñas empresas del callao para alcanzar un crecimiento constante es la escasez de financiamiento. Debido a la poca orientación que reciben de las entidades financieras para llegar obtener un financiamiento, también solicitan diversos requisitos que exigen para llegar a tener financiamiento, lo que limita al crecimiento. Luego de emplear la Prueba Chi Cuadrado y el Coeficiente de correlación Phi a cada variable, se llegó a demostrar que para continuar con un desarrollo sostenido en las mypes es esencial obtener un financiamiento de una entidad bancaria y/o financiera. Además, es preciso divulgar información acerca de los requerimientos, formas y contextos para lograr un financiamiento.

Mercado (2014) en la tesis nombrada: *El mercado de valores como fuente de financiamiento para la micro y pequeña empresa*. Tesis para optar el grado académico como magister en ingeniería industrial con mención en gestión industrial de la universidad nacional mayor de San Marcos, tuvo como objetivo general viabilizar el financiamiento de las micro y pequeñas empresas a través del mercado de valores. El tipo de investigación fue aplicada y su diseño de investigación fue transversal y longitudinal. Se trabajó con una población de 1200 mypes asociadas y se usó una muestra de 108 mypes. La técnica usada la encuesta y el análisis documental. Se pudo concluir que el ambiente hispanoamericano está muy claro de que el crecimiento económico posee bases bien cimentadas de gran potencial para el progreso de las pymes, se ha tomado como alusión el contexto de empresas

mexicanas y argentinas. Además, es consiente que esta mejora se halla restringido por la insuficiencia en los recursos con que se tiene y con sus limitaciones para el tener el crédito. Los diversos países de la región tomaron otras decisiones para estimular el desarrollo y crecimientos de estas.

Rios (2018) en su tesis titulada: *la política fiscal y su incidencia en la inversión y el crecimiento empresarial en las micro, pequeñas y medianas empresas*. Tesis para optar el grado de maestra en política fiscal y tributación de la universidad inca Garcilaso de la vega, tuvo como objetivo general determinar como la política fiscal incide en la inversión y el crecimiento empresarial en las micro, pequeñas y medianas empresas manufactureras de lima metropolitana. El diseño de la investigación fue no experimental; se trabajó con una población de 18808 empresas y la muestra que se uso fue de 377 mypes. La técnica usada fue la encuesta y su instrumento fue cuestionario. Se concluyó que la modificación de las normas centrales del sistema tributario incide positivamente en la formalización de las micro, pequeñas y medianas empresas manufactureras de lima metropolitana.

Gutierrez (2018) en su tesis titulada: *la gestión de marketing directo y su influencia en el crecimiento de las mypes del mercado 3 de enero, año 2017*. tesis para optar el grado académico de maestro en gestión de alta dirección de la universidad nacional Federico Villareal, tuvo como objetivo general determinar de qué manera influye la gestión de marketing directo en el crecimiento en las mypes del mercado “3 de enero”, año 2017. El tipo de investigación fue aplicada, el diseño de investigación fue no experimental de tipo transversal con un nivel de investigación descriptivo- correlacional. La población de estudio fue el mercado “3 de enero” la muestra utilizada fue de 68 mypes. La técnica de investigación fue la encuesta y su instrumento el cuestionario. Se concluyó que las comercializaciones propias como instrumento de gestión influyen de modo revelador en los factores internos de desarrollo en las mypes del mercado “3 de enero”, con un nivel de 43,4%.

Kong & Moreno, (2014) en su tesis titulada: *influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las mypes del distrito de san José - Lambayeque en el periodo 2010 - 2012*. Tesis para optar el título de licenciado en administración de empresas de la universidad católica santo Toribio de Mogrovejo, tuvo como

objetivo general determinar la influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las mypes del distrito de san José, en el periodo 2010 - 2012. El tipo de investigación fue correlacional y su diseño fue ex post facto. La población estuvo conformada por las mypes del distrito de san José y su muestra fue de 130 mypes del distrito de san José. La técnica de investigación fue la encuesta y su instrumento aplicado fue el cuestionario. Se concluyó que las fuentes de financiamiento han influido de forma eficaz en la mejora de las mypes del distrito de san José, debido a que estas fuentes aprueban el acceder a créditos para costear sus inversiones en capital de trabajo, compra de más bienes y la mejora en la tecnología, estimulando a una prosperidad tanto en su fabricación como en sus entradas, es decir que con más recuentos para poder satisfacer la demanda de clientes que tenga.

Castro (2016), en su tesis titulada: *financiamiento de las pymes y crecimiento económico en México (2000 - 2015): un análisis subnacional*. Tesis para obtener el título de licenciado en economía de la universidad nacional autónoma de México. Tuvo por objetivo general analizar la actual desconexión que existe ente los bancos y el financiamiento de la inversión. El tipo de investigación fue correlacional, tuvo una población de 80 pymes y su instrumento aplicado fue el cuestionario. Se concluyó que en la presente investigación se evidencio en un primer punto la endogeneidad de la oferta monetaria por el simple hecho de que los bancos comerciales crean dinero, dinero crediticio. Por lo tanto, los bancos mediante la emisión de créditos son un elemento esencial para que las empresas puedan llevar a cabo planes de inversión y acumulación.

González (2014) en su tesis titulada: *la gestión financiera y el acceso a financiamiento de las pymes del sector comercio en la ciudad de Bogotá*. Tesis para optar el título de magister en contabilidad y finanzas de la universidad nacional de Colombia. Tuvo como objetivo general determinar la vinculación entre la gestión financiera y la obtención de financiamiento en las pymes del sector comercio de Bogotá. El diseño de la investigación empleó un enfoque empírico analítico, el tipo de investigación fue cuantitativo- explicativo y su diseño fue documental no experimental transversal-correlacional. La población fue de 25255 compañías y su muestreo fue de 3289 empresas. Se concluyó que la contribución de esta

indagación fue investigar el escenario existente de una de las partes más impresionantes y prestigiosas en la economía de la ciudad de Bogotá con la finalidad de perpetrar un análisis de su gestión financiera y la correlación de esta con sus alternativas de financiamiento, de igual manera poder clasificar las problemáticas financieras presentes, a fin de crear habilidades y labores de perfeccionamiento.

Albis (2013), en su tesis titulada: *crecimiento económico en el sector pymes de la ciudad de la paz por medio de la asignación de créditos del sistema bancario*. Tesis para obtener el título de licenciatura en economía de la universidad mayor de san Andrés. Tuvo como objetivo general analizar si el crecimiento de las pymes de la ciudad de la paz depende de la asignación créditos en el sistema financiero. Se utilizó el método inductivo. Se trabajó con una población de 500 pymes y su muestra empleada fue de 94. La técnica empleada fue la encuesta y su instrumento fue el cuestionario. En conclusión, se comprobó que actualmente las condiciones para solicitar crédito en el sistema financiero para pymes son más accesibles y con el transcurso del tiempo las entidades financieras se volvieron más flexibles.

Rojas (2017), en su tesis titulada: *propuesta de sistema de estructuración financiera para la obtención de fuentes de financiamiento con fines de expansión para la empresa parques logísticos metropolitanos s.a.* tesis para optar al grado y título de maestría profesional de finanzas de la universidad de costa rica. Tuvo como objetivo general elaborar una propuesta de sistema de estructuración financiera, mediante un análisis de rentabilidad y la elaboración de un flujo de caja proyectado, que permitiera la obtención de fuentes de financiamiento, a fin de llevar a cabo los proyectos de expansión de la empresa. La investigación fue analítica con un enfoque cuantitativo. En conclusión, la industria inmobiliaria se encuentra en crecimiento tanto a nivel internacional como nacional. Hay una creciente demanda de bienes inmuebles de mayor tamaño en localizaciones estratégicas con alta densidad de poblaciones que faciliten los procesos logísticos. A partir de esto también se concluye que el marco estratégico de PLM S.A se encuentra alineado con las tendencias de la industria.

Castillo y García (2014), en su tesis titulada: *plan financiero para proyectar el crecimiento y financiamiento en pymes dedicadas a la comercialización de*

cortinas decorativas del municipio de san salvador. Tesis para optar el grado de licenciado en contaduría pública de la universidad de el salvador. Tuvo como objetivo general minimizar el riesgo y aprovechar las oportunidades de los recursos financieros, decidir anticipadamente las necesidades de financiamiento y correcta aplicación buscando su mejor rendimiento. El tipo de investigación fue de tipo analítico y descriptivo, se trabajó con una población de 6 empresas y su muestra fue de 6 entidades que se dedican a la comercialización de cortinas decorativas. Su instrumento fue el cuestionario. En conclusión, se determinó que en las empresas investigadas no se aplican ningún tipo de herramientas de planeación financiera que permita evaluar, proyectar y controlar tanto la situación actual como el rumbo económico deseado, dificultando así el proceso de toma de decisiones enfocado a mejorar los resultados obtenidos.

El marco teórico de los temas a tocar abarca el marco histórico, la conceptualización y los modelos teóricos en los siguientes términos:

Las mypes en peru son parte importante en el desarrollo del país porque ayudan al crecimiento de la economía, y es por eso que la mayoría de las entidades financieras están tomando interés de ayudar a la productividad de estas, apoyándolas con crédito que necesitan para que sigan con sus actividades pero con las precauciones correspondientes de que ellos también salgan beneficiados, las micro y pequeñas empresas (mypes) son la principal fuente de acción monetaria que han ampliado su cooperación en los diversos segmentos lucrativos de la economía en los últimos tiempos, asegurando el desarrollo y el mejoramiento de la nación. Esa es la razón por la que los establecimientos bancarios, hoy en día, han dirigido su concentración hacia estas pequeñas unidades monetarias y las consideran productivas con respecto a la financiación crediticia a pesar del alto riesgo involucrado en dicha acción. (Romero & Centurión, 2015); tenemos diversas definiciones sobre que es una mype pero la mayoría llega a la misma conclusión que son empresas que generan empleo, aportan a la economía es por ello que cada vez que cierran por diversos motivos aumenta la tasa de desempleo. Las mypes son una entidad o unidad que busca un beneficio, se puede decir que es una unidad económica que normalmente se compone de personas naturales y/o organizaciones, mediante cualquier tipo de asociación o negocio que la junta haya

considerado en la distribución correcta. Con el fin de seguir progresando en la mercantilización de productos, prestación de algún servicio, extracción, cambio y fabricación. (Flores, 2004)

La importancia de las mypes se demuestra desde varios puntos. En cualquier caso, llega a ser parte importante ya que son las principales fuentes de trabajo; es llamativo, como un instrumento impulsador de trabajo en la extensión en que solo requiere tener una financiación inicial y admitan el acceso a sedimentos de bajos salarios. Además, establece una ayuda significativa para la gran organización al comprender algunos cuellos de botella en curso. Esto ofrece la posibilidad de emplear a personas con bajos recursos para que puedan crear su propio negocio y, además, agregarse a la generación de grandes organizaciones. (Tello, 2014)

El financiamiento habla principalmente de los recursos que requieren los pequeños empresarios para iniciar con sus actividades pero que en la mayoría de las entidades bancarias no se les puede otorgar porque corren riesgos de que no cuenten con la capacidad de pago al momento de pagar sus obligaciones. En pocas palabras, no existe una única teoría financiera, pero existen numerosas teorías que ofrecen planes claves para explicar las tareas identificadas con efectivo y sus efectos en la división real. En cualquier caso, es concebible percibir los fuertes contrastes en el objetivo de los créditos y los activos de especulación en la actividad monetaria. Esa es la motivación detrás de por qué la parte principal de esta sección presenta rápidamente los supuestos más críticos de las hipótesis de financiamiento y, a partir de aquí, básicamente analiza las diferentes ejecuciones institucionales en torno al financiamiento y la actividad relacionada con el dinero en las décadas en curso. (Levy, 2017)

El financiamiento surgió en la segunda guerra mundial cuando la economía francesa estaba con problemas, y en busca de estabilizar la economía el estado creó una estrategia que se plantearon en el sector industrial y agropecuario de su propio interés. El progreso en la tecnología y la creación de recientes industrias ocasionó que se necesitara más fondos, provocando que se hagan más estudios en las finanzas sobresaliendo el estudio de la solvencia y el financiamiento de los negocios. Pero este estudio se situó en la parte externa y también en la interna, convirtiendo al banquero en una parte importante de esta investigación.

El financiamiento es la manera como obtener los recursos que se necesiten para crear una empresa o cualquier proyecto, el cual incurre en costos determinados. Para que el negocio empiece con sus actividades debe financiarse para conseguir los recursos que va a necesitar para ser puesta en marcha y para otros gastos que al inicio puedan surgir en las compañías. Se define a las fuentes de financiamiento como diversas maneras que se utilizan para conseguir los recursos financieros. (Rodés, 2018); el financiamiento es la disponibilidad de recursos económicos y presupuestarios esenciales para el desarrollo de una actividad efectiva, así como también con el propósito de adoptar y poner dinero en actividades innovadoras, tecnologías e intercambios verbales cuyo valor se representa mediante el uso de intereses o los dividendos que deben ser pagado para su uso. (León & Saavedra, 2018)

El vocabularion de la real academia española determina a la financiación como un movimiento y un efecto de financiar. Por su parte, finanzas consiste en contribuir con dinero esencial para una corporacion o subsanar los gastos de interes una obra y muchos otros. Según su significado aparente debe entenderse como sufragar, ayudar o preferir o reunir el dinero para cumplir. (Plaza, 2014); el financiamiento son maneras que las empresas emplean para dotarse de recursos, ya sea bienes o servicios, en plazos establecidos y en la mayoría de las veces generan costos financieros. (Casanovas & Bertrán, 2013)

Es el inicio de los recursos que se utilizan para cubrir las asignaciones presupuestarias. Siendo estos medios e instituciones financieras y bancarias, pueden ser externas como internas, ye mediante estos canales se logran obtener los recursos que se requieren para equilibrar las finanzas. Como se mencionó anteriormente los recursos son pieza importante para poder poner en marcha la empresa, a veces se suele solicitar préstamos que ayudan como complemento a los recursos propios. (Vílchez, 2014)

El financiamiento externo esta compuesto por todas las monedas externas que van con el flujo de la empresa, que es entregado por organizaciones financieras, para que los negocios puedan invertir en cambios dentro de la infraestructura de la empresa comercial, compra de equipos y dispositivos para mejorar la tecnica de produccion, el tiempo y la calidad del producto. (Bernilla,

2012); es sustancial instruirse sobre como invertir, ya que es la esencia para la independencia financiera. Los individuos que no invierten o lo realizan de manera negligente les ocurre 5 cosas: laboran arduamente toda su existencia, viven preocupados por la plata, necesitan económicamente de su círculo de parientes, una pensión o una organización gubernamental, el efectivo define el límite en su subsistencia, jamás conocerán como es la real autonomía económica. (Kiyosaki, 2011)

Una de las maneras de financiamiento fuera de la empresa es la financiación de los proveedores esta es quizás la principal fuente local encontradas por las organizaciones en funcionamiento, que se obtienen de las citas constantes con sus proveedores. Además, en muchos casos puede parecer que es el correcto debido a la ventaja de adquirirlo e incluso ciertas empresas lo recuerdan como el origen de financiamiento sin costo. (Morales, Morales, y Alocer, 2014); También podemos decir que financiar con proveedores, esta fuente de financiamiento, a pesar de que no es importante en la evaluación de actividades relacionada con el dinero debido a su bajo nivel de apoyo en la suma agregada de la especulación subyacente, debe ser diseccionada a la luz del hecho de que comprende un tipo de financiación transitoria regular para prácticamente todos los negocios y empresas en riesgo. Claramente, el crédito es un factor de interés para un artículo. A pesar del hecho de que lo ideal para las organizaciones es vender los artículos en dinero real, se ha convertido en una práctica comercial para no esperar que los compradores paguen por los productos al contado, sino más bien un corto periodo de demora para hacer lo necesario. (Meza, 2015)

El financiamiento con una hipoteca de una institución financiera se asocia comúnmente con el valor del dinero en el precio de la afición. Cuando se leen textos de aritmética económica, se presentan condiciones monetarias delicadas para elegir la opción de puntaje de crédito más favorable para el deudor, según el criterio del precio anual poderoso. Al evaluar numerosas alternativas de crédito, está ampliamente respaldado para elegir la más barata que se supone que es la única con la tarifa efectiva anual más baja. En realidad, este criterio ignora los elementos dinámicos que afectan la tarifa del puntaje de crédito, que incluye el ahorro fiscal debido a la deducibilidad de la afición como gastos monetarios y la forma y

velocidad de pago del préstamo. (Meza, 2015), Las entidades económicas antes de conceder una hipoteca examinan la capacidad de la devolución en sus colocaciones, preocupándose por las garantías positivas del solicitante y los diferentes requisitos que permiten garantizar que el efectivo prestado no sea incobrable, generalmente las entidades monetarias como una forma de comparar la capacidad. del deudor requieren los estados financieros internos que esperan el cumplimiento del destino de los compromisos. (Villaorduña, 2014)

El financiamiento bancario de las condiciones generales de los préstamos de las instituciones financieras es similar en cada operación de corto y largo plazo. Las variaciones primarias están en la cantidad de financiamiento que, en el caso de mucho tiempo, es mayor; los precios de los intereses tienden a disminuir y, en este ejemplo, las garantías adicionales o colaterales suelen ser necesarias; (Morales y Alocer, 2014), las instituciones bancarias y las sociedades de puntaje de crédito auxiliar proporcionan esquemas de financiamiento distintivos de plazo rápido que, con el paso de los años, se adaptan para ser atractivos para los grupos y mantener la rentabilidad del propio banco. (Morales, y Alocer, 2014)

Agiotistas o bancos expertos. Se trata de una reunión por regla general relacionada con los créditos ocasionales, a pesar de que su inclusión suele ser excepcionalmente escasa. Este tipo de crédito está representado por una alta tasa de préstamo y se da con frecuencia contra la garantía de algún bien. (Alvarado, y otros, 2001)

La financiación interna o autofinanciada es un resultado del ciclo de trabajo ordinario de la organización. La organización en su movimiento diario, a través del trato y la recopilación de los artículos que produce y las administraciones que otorga, crea financiamiento interno. El límite de autofinanciamiento de una organización se comunica, por lo tanto, por el volumen de activos que se pueden adquirir en su interior sin que tenga que acudir a fuentes financiamiento fuera de la empresa (anticipos, créditos, acciones, compromisos, etc.). Posteriormente, la financiación interna es un activo que se transmite a la organización desde sí misma, en contraste con los siguientes activos relacionados con el dinero, que se originan en el extranjero. (Verona , Hernández, & Déniz; 2013), el financiamiento interno o autofinanciación está compuesta por las ventajas que la asociación ofrece

libremente de alguna otra persona sin atender a los sectores comerciales identificados con efectivo. (Casanovas y Bertrán; 2013)

Tenemos diversas definiciones sobre financiamiento interno y de acuerdo a los autores se puede llegar a una sola definición que el financiamiento interno es la manera factible para financiarse ya que no genera interés para pagar, El financiamiento propio o autofinanciado es el generado por la propia organización a través de la mejora normal de las actividades, los ingresos retenidos, el autofinanciamiento de la expansión y la provisión extraordinaria para la amortización y provisión de fondos, el autofinanciamiento de mantenimiento. (Casanovas y Bertrán; 2013).

Las empresas cuentan con reservas de capital para cualquier emergencia que surge por las actividades de las mypes; la reserva de capital se puede emplear para mantenimiento, salarios, impuestos, pensiones, alquileres, multas y eventos sorprendentes. (Konecny, 2016)

Señala sobre el hecho de que las Mypes no tienen todas las obligaciones totalmente de los forasteros, al igual que la instancia de los avances tomados por los propietarios, con garantías sobre sus propios bienes. En este sentido, estos activos serían cada vez más explícitos, ya que el propietario o supervisor acepta las desgracias si el crédito no puede ser reembolsado. La utilización de recursos individuales para adquirir financiamiento externo ilumina otra normalidad distintiva para Mypes, el bloqueo relacionado con el dinero entre la organización y sus propietarios, los especuladores externos y los mediadores en la mayoría de los casos conectan un significado increíble a las condiciones presupuestarias y la notoriedad del propietario. (Brenez, 2013); Para gran parte de los establecimientos, la primordial fuente de capital procede de alcancías personales y diferentes tipos de fuentes no públicas. Es frecuente, el uso de las tarjetas de crédito para costear las insuficiencias de las empresas. (Aguilar y Cano, 2017)

Un punto de acceso para la financiación y que no nos obliga a tener que pagar altas intrigas son nuestros propios fondos de reserva. Por lo general, las Pymes tienen un problema increíble en cuanto a la accesibilidad del dinero en efectivo, se ve perturbada por la ausencia de beneficios que pueden completarse como una garantía de que no logran conseguir el financiamiento. Como se

menciona en numerosos eventos, las MYPES comienzan sus organizaciones con sus propios fondos de inversión, por lo que no logran los grados de actividad requeridos para adquirir un salario adecuado y difundir las necesidades fundamentales de la organización. Es una manera de financiamiento la Venta de Activos (desinversiones): Algunas empresas optan por la venta de propiedades (mobiliario, edificios o maquinarias) que se encuentran en inutilidad o desfasadas para solventar necesidades financieras urgentes. (Aguilar & Cano;2017)

En el caso de las mypes el aporte del propietario es la forma de financiamiento más rentable debido a que no tienen que pagar ningún interés, en la gran mayoría suelen recurrir a ahorros personales, también la venta de algún bien o de otras fuentes propios. Los fondos personales son el origen principal de financiamiento del capital utilizado al iniciar una nueva empresa comercial. Con pocas excepciones, la organización debería ofrecer un capital como cimiento, por que una empresa nueva requiere contar con dinero que permita un porcentaje de limite de error. El primer año, una empresa no logra poder desembolsar montos masivos para desembolsos fijos del adeudo. Asimismo no es muy factible que un banquero, o alguien en este ejemplo, entregue dinero en efectivo para el inicio de un negocio nuevo, si el dueño ya no expone su propio capital. (Longenecker, Moore , Petty, & Palich; 2007)

En los siglos XVII Y XVIII se estableció el capitalismo mercantil, en esta época el comercio era una actividad económica básica y así se dieron inicio las empresas comerciales que tenían como principal objetivo el desarrollo del comercio internacional. Luego en el siglo XIX a causa de la revolución industrial generada el siglo antes impulso que la actividad económica sea más compleja. Y es así que a medida que ha pasado los años las empresas se han vuelto más complejas y el crecimiento empresarial ha sido más expansivo.

Los objetivos que causan la situación de aumento deseada se basan en un enfoque de empresa comercial, en busca de desarrollo, evolución y continuidad del negocio, es decir, cualquier comercio cualitativo o cuantitativo en la compañía que tenga un efecto en el aumento de las ganancias. (Para Rojo & Gaspar; 2013)

Este método considera que los servicios y los bienes en el supermercado que tradicionalmente no tenían pinturas o nuevos espacios territoriales, incluye la

búsqueda de nuevos conductos de repartición para productos distintos a los de hoy, de manera similar a conquistar nuevos clientes a nuevos mercados. (Gallardo, 2012)

El crecimiento empresarial aumenta su tamaño de algún modo, tal como el número de empleados, más activos bajo su propiedad, incremento de los clientes atendido, un acrecentamiento en las ventas de la compañía, etc. El crecimiento empresarial está muy relacionado con el ámbito de la empresa, pues como ya se comentó, ampliar el ámbito generalmente -salvo en reestructuración -un crecimiento empresarial. No obstante, las empresas también pueden crecer manteniéndose en el mismo ámbito donde están, consolidando su posición, (Diez, Castro y Montoro; 2012). Es conocido como el desarrollo en el que una organización se centra en reunir las necesidades actuales del comprador. Las metodologías que tiene la organización y los planes para superar sus propios puntos de corte y los logros de apuesta adquiridos para unirse a nuevos canales de apropiación de mercados y presentar elementos o administraciones no son los mismos que los anunciados. Asimismo, se denomina etapa de liderazgo básico que afecta el destino final de la asociación de manera concluyente. (Prieto; 2014)

Destaca que la mayoría de las investigaciones sobre desarrollo de negocios se centran en el examen de variables que incorporan ambos componentes individuales, por ejemplo, la capacitación, la comprensión del organizador o sus deseos de desarrollo; Elementos de nivel organizacional, que incorporan activos empresariales y sistemas empresariales; y factores de plena escala, entre los que se encuentran las situaciones ecológicas y económicas. (Seclen; 2016)

Otra de las perspectivas consideradas significativas para el desarrollo y la mejora de los negocios es la financiación, considerada como la disposición de los activos monetarios relacionados con el dinero para completar un movimiento monetario. El financiamiento se puede contratar dentro o fuera de la nación mediante anticipos y diferentes compromisos que surgen de la membresía o difusión de instrumentos de crédito, o algún otro informe pagado a tiempo. (Centurión, 2015)

La calidad es la búsqueda duradera de la impecabilidad en el artículo y en las personas. Esto requiere inversión, deber, impecabilidad y el alma de la

administración. (Vargas & Aldana; 2014), la calidad es adecuada cuando se unen con un costo adecuado. Es decir, los elementos o las administraciones se contrastan de acuerdo con su costo y calidad. Un artículo sería satisfactorio si su calidad fuera promedio en un Excepcionalmente bajo costo. Sin embargo, se rechazaría uno que tuviera un alto costo con una calidad normal. (Alcalde, 2015)

En cuanto al avance y las administraciones mecánicas, todavía estamos muy por detrás; Basta con saber la verdad del microempresario: hay algunas organizaciones que aún no tienen Internet. Dado que su límite de gasto es inadecuado para tener una administración de este tipo, las microempresas no ponen recursos en la investigación, lo que significa un progreso significativamente menor. En nuestra nación no existe una ley, un artilugio legal o una proclamación de autoridad sobre el tema particular de la investigación, el desarrollo y las administraciones mecánicas; Todo lo que tenemos son las pautas de MYPE en las que se ha intentado de una manera comprender los datos comerciales, dejando de lado la investigación, el avance y las administraciones innovadoras. (Tello, 2014); alude a la ejecución de innovaciones en los procedimientos que incluyen los ejercicios de la organización. Un mimo incluye la utilización de activos mecánicos para asesorar antes de decidirse por una opción que administre el negocio. Las mejoras mecánicas se ejecutan en la organización.

La capacidad del pueblo es la competitividad de sus productos, es decir, la competitividad adherida de sus compañías. Por lo que la competitividad puede estar sometido a diversos factores, algunos dependen de la propia sociedades y otros no. El dominio del gobierno, la ambiente social, la disposición de acceso a los recursos, el obstaculo para hacer la gestión, la solidez económica y legal del país, de la misma manera la dirección que tienen los tratos fuera del territorio son una de las piezas de la relacion de los factores que lo componen. No depende principalmete de las empresas y eso influye definitivamente en su competitividad. Si bien todos ellos son importantes, primero debemos analizar los elementos que se pueden controlar o, al menos, que es posible intentar controlar en el campo de la empresa y no esperar que el gobierno resuelva los problemas de competitividad de la empresa. Las empresas porque esto nunca se puede hacer. Una empresa que haya logrado una gran competitividad a cambio podrá dar luces creíbles al

gobierno para guiar los esfuerzos y las prioridades en el camino de ganar más competitividad para todo el país. (Fonseca, 2015); en estos tiempos, el conocimiento sobre competitividad ha ganado una gran apariencia en el lenguaje internacional y local al tener que estudiar el avance económico de los países y las empresas. Las comparaciones internacionales nos permiten investigar qué naciones a través de sus compañías han proporcionado ascensos a sus habitantes por medio del aumento en el nivel de vida. Por lo tanto, se da la razón que el grado de competitividad internacional en una nación está apuradamente relacionado con compañías hondamente fructíferas que aprovechan las superioridades competitivas que forma el país a través de sus instituciones, políticas, infraestructura y cultura. (Ibarra Cisneros, González Torres y Demuner Flores, 2016)

Los clientes son compradores que otienen el artículo para su uso y clientes comerciales de aquellas asociaciones que adquieren el artículo para incorporarlo en su procedimiento de generación o para ejecutar una preparación adicional. La disposición de clientes auténtico y de potencia de un artículo establece el mercado. (Taípe y Pazmiño; 2015)

Los proveedores son las organizaciones o asociaciones que proporcionan a la organización los activos fundamentales para la generación de mercancías o administraciones; Como: vitalidad, administraciones y datos a la organización. Los proveedores ofrecen activos humanos, mecánicos, relacionados con el dinero y materiales. Los proveedores son poderes o factores que impactan los ejercicios de la organización, ya que le dan los activos vitales a la organización para crear productos y transmitir administraciones. (Taípe & Pazmiño; 2015); Esa es la razón por la que hablamos sobre cómo elegir al proveedor correcto. Acerca de los proveedores, debe determinar a quién está comprando o contratando. Conocer las condiciones en las que trabajan los proveedores, sus condiciones, los puntos de confinamiento y su potencial nos permite estudiar el marco provechoso en sí mismo desde un punto de vista más amplio, previendo posibles peligros y oportunidades, como alternativas para el desarrollo y las colaboraciones existentes. (Vargas; 2013)

La demanda es la solicitud de ayuda de un comprador, consumidor, ya sea de un dispositivo familiar propio, desde un dispositivo de círculo de familiares (un

número de sus contribuyentes), a un sistema externo (el del experto), debido al hecho de que ya no saben cómo resolver los problemas, el estado de las cosas, el ciclo de existencia y muchos otros. (Díaz; 2014)

Según lo investigado los “aportes propios son la fuente de financiamiento más ampliamente reconocida a través de la financiación para comenzar otra organización, a la que se debe permitir un poco de margen de maniobra. Es casi seguro que enfrentará las diversas cuotas fijas que asume la obligación de una obligación”, fortaleciendo al creador anterior. (Longenecker; 2013); Son una actividad contable de la ganancia de la tarea típica que avala al equivalente la abundancia de la organización. Subsistirán con una condición duradera dentro del valor de los inversionistas de la organización, siempre que no disminuya la oferta de capital. Es proclamado por la asamblea general de inversores. (Padilla, 2012)

El ahorro es la cantidad de ganancias que no se paga como un impuesto o contribución con la entrada de bienes y servicios. la riqueza del boom de ahorro y esto también aumenta cuando la comisión del mercado de activos aumenta (ganancias de capital) y se reduce cuando el precio de mercado de los activos se reduce (pérdida de capital). (Parkin; 2014)

El derecho de acceso a la financiación es importante para el auge de las Pymes, cuando considera que permiten que los microempresarios se extiendan a nuevos mercados, aumente su desempeño y creen nuevos empleos. pero, las PYMES máximas en las naciones en crecimiento tienen menos posibilidades de obtener la admisión al financiamiento necesario para alcanzar sus objetivos. el acceso directo a la financiación es esencial para tener un progreso económico continuo y la mejora social, las pequeñas y medianas organizaciones pueden aprovechar las oportunidades de negocios adicionales más efectivas cuando puede haber disponibilidad de servicios financieros y productos trazados dependiendo de sus insuficiencias. pero, la falta de admisión al crédito es una de las barreras más significativas para ampliar el negocio observado a través de la inflación, los impuestos, el trabajo de oficina, las reglas, la corrupción y la inseguridad, los altos costos de la afición, las demandas para establecer garantías adicionalmente generan muchas más dificultades, como la pérdida del derecho de entrada a mercados de capitalidad y también el financiarse a plazos mayores de un año. Esta

dificultad impacta fundamentalmente a los pequeños negocios que no son excesivamente grandes para las microfinanzas y ni exageradamente pequeñas para los créditos de las instituciones financieras. (Centurión; 2015)

¿Cuál es el nivel de relación entre financiamiento y el crecimiento empresarial, en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019?

¿Cuál es el nivel de relación entre financiamiento y el factor interno, en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019?

¿Cuál es el nivel de relación entre financiamiento y el factor externo en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019?

De acuerdo con (Rodríguez & Bermúdez, 2016) la justificación práctica tiende a coger un modelo determinado del sector con el fin de formular estrategias para la solución y/o recomendaciones de acuerdo al problema afectado, es ahí que este proyecto de investigación sirve de información y/o de guía para las organizaciones, con la finalidad de conocer sobre las herramientas de financiamiento; dado que es fundamental para el crecimiento empresarial en ello permitirá absolver dificultades o problemas generados a través del método. (p. 90)

La siguiente investigación se efectuó con la intención de aportar conocimientos; según, (Bermúdez L, y Rodríguez L., 2016, p. 90) la justificación teórica es la que destaca por lo que aporta desde la investigación al conocimiento; dado que; se visualiza la situación vigente en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, es decir los temas relacionados a financiamiento y liquidez, tienden de hacer motivo de concientizar para el mejor funcionamiento.

Esta investigación tuvo como justificación metodológica facilitar información para dar un enfoque de los recursos de las organizaciones que otorga una gran relevancia en el financiamiento para que las empresas sigan creciendo. (Bermúdez L, y Rodríguez L., 2016, p. 90) afirma que, la investigación metodológica abarca un

tema de enfoque innovador e interesante, por lo que, es de proponer la aplicación que no ha sido utilizado en diferentes contextos.

Existe relación entre financiamiento y crecimiento empresarial, en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019

Existe relación entre financiamiento y el factor interno en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019

Existe relación entre financiamiento y el factor externo en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019

Determinar el nivel de relación entre financiamiento y crecimiento empresarial, en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019

Determinar nivel de relación entre financiamiento y el factor interno, en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019

Determinar nivel de relación entre financiamiento y el factor externo en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019

III. METODOLOGIA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Enfoque.

La investigación tuvo un enfoque cuantitativo debido a que se manipuló variables medibles cuantitativa y la recopilación de datos se dice que se basó en esta verificación; colectivamente, está a una distancia para experimentar hipótesis que aparecen y señalan los resultados basados en estrategias estadísticas.

Hernández, Fernández y bautista (2014) sostienen que la acumulación de información se cuida a partir de un pensamiento particular, estableciendo la teoría anticipada para exponer y confirmar rápidamente las especulaciones

3.1.2. Tipo.

Continuando con la investigación fue de tipo básico debido que quiere agrandar y profundizar el acierto científico que cohabita en el contexto de cada variable; financiamiento y crecimiento empresarial

En concordancia con carrasco (2013) asevera que el modelo de investigación es básico, integro a que solo se buscara ahondar el discernimiento científico de las variables.

3.1.3. Nivel.

Se empleo el nivel correlacional, a causa de que únicamente se dedujera el valor de incidencia a asociarse por cada variable: financiamiento y crecimiento empresarial, a su vez pretendió manifestar a las preguntas que se formulen en la investigación.

La exploración correlacional, tuvo la intención de descubrir o examinar la correlación entre cada una de las variables o sus consecuencias, pero en ningún momento expone la causa y/o consecuencia. Su columna primordial fue el uso de instrumentos estadísticas. (Bernal, 2010)

3.1.4. Diseño.

En este proyecto, el esquema de indagación que se ha empleado es el esbozo no experimental, porque que no existió manipulación de manera deliberado

por cada variable; para entenderlo mejor es que no cambio la variable financiamiento, ni la variable crecimiento empresarial. Según indica:

Gomez, (2016) es todo aquel desarrollo de investigación, el cual no se manipula libremente las variables, realizamos la verificación de los fenómenos tal cual se ejecutan en el entorno natural para luego generar el estudio y el análisis correspondiente.

3.1.5. **Corte.**

Y correlación de sección transversal o sección de corte, debido a que deduce y relata sobre las variables de una sola vez.

Heinemann (2003) La evaluación del segmento de movimiento, también conocida como evaluación puntual o sincrónica, se genera mientras la información se recopila o adjunta solo tan pronto como a la hora seleccionada.

3.2. **Variables y operacionalización**

Variable 1: Financiamiento

Según Rodés (2018), el financiamiento es la manera como obtener los capitales que se necesiten para crear una empresa o cualquier proyecto, el cual incurre en costos determinados. Para que el negocio empiece con sus actividades debe financiarse para conseguir los recursos que va a necesitar para ser puesta en marcha y para otros gastos que al inicio puedan surgir en la empresa. Las fuentes de financiamiento son definidas como las diversas maneras que se utilizan para conseguir los recursos financieros.

Según Diez, Castro y Montoro (2012) El crecimiento empresarial aumenta su tamaño de algún modo, tal como el número de empleados, más activos bajo su propiedad, incremento de los clientes atendido, un incremento en las ventas de la empresa, etc. El crecimiento empresarial está muy relacionado con el ámbito de la empresa, pues como ya se comentó, ampliar el ámbito generalmente -salvo en reestructuración -un crecimiento empresarial. No obstante, las empresas también pueden crecer manteniéndose en el mismo ámbito donde están, consolidando su posición.

En este trabajo se usó variables cualitativas debido a que explica detalladamente aspectos que no se pueden medir en una figura representativa.

- (1) No satisfecho
- (2) Poco satisfecho
- (3) Moderadamente satisfecho
- (4) Muy satisfecho
- (5) Extremadamente satisfecho

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.

3.3.1. Población.

La población de esta investigación se estableció por el criterio de inclusión, está conformada por 16 centros comerciales en av. Jardines Este en san juan de Lurigancho luego de revisar la lista de los negocios que otorgo la municipalidad de san juan de Lurigancho con respecto al sector mencionado, obteniendo así una población de 40 microempresarios, durante el año 2019. Por lo tanto, se considera que la población es limitada, debido a que se puede contar cada elemento que participaran en este estudio.

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) la población de una investigación es un conglomerado de todos los asuntos que convienen con una cadena de detalles que se puede dar, en algunos casos de investigación describen las cualidades y características de la población, en la cual se debe ver los resultados.

Por otro lado, indica Lerma (2016) La población es la agrupación de todos los elementos de la misma especie que presentan una particularidad determinada o que pertenecen a una misma definición, y a cuyos elementos se le estudiaran sus características y vinculaciones.

3.3.2. Muestra.

La muestra de esta investigación fue la técnica de muestreo no probabilística debido a que se presenta al examinador para elegir las organizaciones u objeto de

estudio ya que es ilustrativo de las organizaciones que tienen un lugar en esta división de desarrollo, es por eso por lo que se aplicó una muestra censal.

La muestra viene a ser una parte o subgrupo de una población tomada en interés y sobre aquella se recolectará los datos, siendo definido y delimitado con precisión, para ser representativo a la población. (Hernández, Fernández, & Baptista , 2014)

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.4.1. Técnicas de recolección de datos.

Después de proporcionadas las variables, que fueron en nuestro caso cruzadas en los métodos de las hipótesis específicas señaladas en esta averiguación, para lograr conseguir la totalidad de los fundamentos de sus dominios imprescindibles para comprobar, se solicita emplear o acudir a la:

“En anomalías sociales, es la herramienta que más se manipula para recoger los datos es el cuestionario. Este consiste en un asociado de interrogaciones con relación de una o varias variables las cuales se van a valorar” (Hernández, Fernández, & Baptista , 2014)

3.4.2. Instrumentos de recolección de datos.

El instrumento llegó a ser un dispositivo que se empleó para recoger y registrar la información sobre lo que está observado. Según indica carrasco (2005) el instrumento se encuentra dentro de los elementos y factores de la observación señalando que es un objeto físico o material que proporciona la obtención de repuestas al fenómeno que se está observando

3.4.3. Validez.

La validez del instrumento estuvo a cargo de expertos que conocen sobre el tema que se está tratando, en el anexo 7 se puede verificar que los 3 temáticos indicaron que si es aplicable el instrumento. La validez se definió según los autores de la siguiente manera:

“la validez alude al incentivo en el que una herramienta de computación calcula realmente los factores que procura cuantificar.” (sampieri, 2014).

La validez muestra la capacidad del grado para calcular las características para las que se ha construido y no otras comparativas, un nivel de aturdimiento no puede ser legítima, equivalente a una escala que está estimando, y de manera simultánea e impredecible, factores de cobertura únicos, una la escala es sustancial cuando realmente mide lo que profesa cuantificar. (Behar, 2008)

3.4.4. Confiabilidad.

El instrumento fue conformado por 40 ítems, siendo el tamaño de la muestra 40 encuestados, con un nivel de fiabilidad de 96%, para poder definir mediante el alfa de Cronbach se usó el SPSS version 25. Según indica:

“La confiabilidad de una encuesta se identifica con la consistencia de las capacidades adquiridas por las personas mismas, cuando se analizan en diversos eventos con las encuestas mismas.” (Bernal, 2010).

Para calcular la confiabilidad se utilizó:

Alfa de Cronbach Financiamiento y Crecimiento empresarial

3.5. Procedimientos

El instrumento elaborado fue consultado con docentes que contaban con la práctica necesaria, a modo de juicio de experto. Pero previo a esto ya se había solicitado al municipio de san juan de Lurigancho una relación de los centros comerciales en este distrito y nos otorgó un listado del cual se seleccionó una zona en específico para estudiar. Del mismo modo, para evidenciar su confianza se usó una encuesta a 40 microempresarios del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. Los jardines este san juan de Lurigancho, para demostrar la eficacia de la información, consiguiendo resultados óptimos.

3.6. Métodos de análisis de datos

Son herramientas muy valiosas porque se puede clasificar, describir y analizar la información que se recopiló, mediante la técnica del instrumento que antes se mencionó, también se recurrió a informantes o fuentes que se mencionó

anteriormente. En los gráficos y cuadros presentados se expondrán valoraciones imparciales.

El estudio descriptivo: se elaboró tablas de frecuencia por datos agrupados y tablas de contingencia, por otro lado, el estudio inferencial: se ejecutó la prueba de hipótesis y de normalidad. Las valoraciones y conclusiones estarán basadas en los resultados del problema que se planteó y así poder llegar a las recomendaciones.

3.7. Aspectos éticos

Los datos conseguidos a través del empleo de métodos e instrumentos anteriormente mencionados, acudiendo a informantes o fuentes.

Tabla 1:

Aspectos Éticos

Criterios	Características éticas
Consentimiento y Confidencialidad	Verificamos el respaldo y la seguridad de los datos de las compañías y de los encuestados que se interesan como participantes en el examen.
Objetividad	Los datos transmitidos deben comunicarse de manera racional y legítima.
Originalidad	Las necesidades internas y externas de la exploración serán esenciales, incluyendo partes de valor y con lucidez, las fuentes bibliográficas de los datos indicados también serán referidas, para dar certeza.
Veracidad	Los datos indicados son genuinos y, de manera consistente, se garantizará el secreto de estos datos.

Fuente: Esteves (2012) <http://investigacióncientífica774.blogspot.pe/>

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos

Tabla 2:

Tablas cruzadas de financiamiento y crecimiento empresarial

		Crecimiento Empresarial (Agrupada)			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Financiamiento (Agrupada)	Bajo	0	4	0	4
	Medio	3	30	0	33
	Alto	0	1	2	3
Total		3	35	2	40

Interpretación:

En la *tabla 05*, se percibe la relación entre los recuentos de las variables financiamiento y crecimiento empresarial, de los 4 empresarios que señalaron un valor alto en financiamiento 3 indican un valor alto en crecimiento empresarial, y de los 32 empresarios que determinaron que existe un financiamiento medio, y 1 empresario señaló que origino un crecimiento alto.

Tabla 3:

Tabla cruzada entre Financiamiento y Factor Interno

		Factor Interno			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Financiamiento	Bajo	2	2	0	4
	Medio	5	27	0	32
	Alto	0	3	1	4
Total		7	32	1	40

Interpretación:

En la *tabla 06*, se contempla la relación entre la dimensión y la variable financiamiento y factor interno, de los 32 empresarios que señalaron un valor medio en la obtención de financiamiento no tenemos ningún empresario que indique un valor alto en los factores internos de crecimiento empresarial, y de los 4 negociantes que señalaron que existe un financiamiento alto, y 1 empresario indica que los factores internos influyen altamente.

Tabla 4:

Tabla cruzada entre Financiamiento y Factor Externo

		Factor Externo			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Financiamiento	Bajo	0	4	0	4
	Medio	1	23	8	32
	Alto	0	1	3	4
Total		1	28	11	40

Interpretación:

En la tabla 07, se puede notar la relación entre la dimensión y la variable financiamiento y factor externo, de los 32 empresarios que marcaron un valor medio en el ingreso al financiamiento tenemos 8 empresarios que indican un valor alto en los factores internos de crecimiento empresarial, y de los 4 empresarios que mencionaron que existe un financiamiento alto, y 3 empresarios indican que los factores internos influyen altamente.

4.2. Prueba de normalidad

Tabla 5:

Pruebas de normalidad

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Financiamiento	,101	40	,200*	,940	40	,033
Factor Interno	,171	40	,005	,935	40	,024
Factor Externo	,152	40	,020	,923	40	,010
Crecimiento Empresarial	,162	40	,010	,923	40	,010

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación: La tabla N° 08 se puede observar el resultado de la prueba de normalidad en el cual se usa el estadístico del contraste Shapiro-Wilk para las variables y dimensiones, con un P-valor (sig.) de 0,033, para la variable financiamiento; 0.10 para la variable crecimiento empresarial; 0.24 para la dimensión factor interno y 0.10 para la dimensión factor externo, siendo todos los resultados menores a 0.05.

4.3. Prueba de hipótesis

H0: Determinar que no tiene un nivel de relación entre financiamiento y crecimiento empresarial, en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019

Ha: Determinar el nivel de relación entre financiamiento y crecimiento empresarial, en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019

Regla de decisión:

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

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

Tabla 6:

Correlaciones financiamiento y crecimiento empresarial

			Financiamiento	Crecimiento Empresarial
Rho de Spearman	Financiamiento	Coeficiente de correlación	1,000	,878**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Crecimiento Empresarial	Coeficiente de correlación	,878**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

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

Interpretación:

En la tabla N° 09 dio como resultado que P-valor (sig.) es 0.000 llegando a ser menos de 0.05. Por lo tanto, corresponde a rechazar la hipótesis nula para aceptar la hipótesis alterna, es decir que, si existe un alto nivel de relación entre financiamiento y crecimiento empresarial, en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019. El factor de correlación Rho Spearman resulto 0.878; lo cual simboliza una similitud alta.

H0: Determinar que no tiene un nivel de relación entre financiamiento y el factor interno, en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019

Ha: Determinar el nivel de relación entre financiamiento y el factor interno, en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019”

Tabla 7:

Correlaciones financiamiento y factor interno

			Financiamiento	Factor Interno
Rho de Spearman	Financiamiento	Coeficiente de correlación	1,000	,840**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Factor Interno	Coeficiente de correlación	,840**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

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

Interpretación:

En la tabla N° 10 podemos verificar que el P-valor (sig.) alcanzando de 0.000 llegando a tener un valor menos de 0.05. Por consiguiente, tiende a negar la hipótesis nula para afirmar la hipótesis alterna, es decir que, si existe un alto nivel de relación entre financiamiento y factor interno, en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019. El factor de relación Rho Spearman reflejo un 0.840; lo cual simboliza una semejanza alta.

H0: Determinar que no tiene un nivel de relación entre financiamiento y el factor externo, en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019

Ha: Determinar el nivel de relación entre financiamiento y el factor externo, en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019”

Tabla 8:

Correlaciones financiamiento y factor externo

			Financiamiento	Factor Externo
Rho de Spearman	Financiamiento	Coeficiente de correlación	1,000	,775**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Factor Externo	Coeficiente de correlación	,775**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

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

Interpretación:

En la tabla N° 11 nos arrojó el P-valor (sig.) es de 0.000 llegando a ser menor que 0.05. Es decir, que se censura la hipótesis nula para aprobar la hipótesis alterna, es decir que, si existe hay relación entre financiamiento y factor externo, en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019. El coeficiente de correlación Rho Spearman resalto 0.775; lo cual personifica una reciprocidad alta.

V. DISCUSIÓN

De los resultados que se obtuvieron en la siguiente investigación se interpreta y discute lo siguiente:

Después de haber analizado la información teórica y los resultados de la aplicación del instrumento para la recolección de información sobre las variables y dimensiones, componente de la investigación, también tomando en cuenta el objetivo general de la siguiente investigación de Determinar el nivel de relación entre financiamiento y crecimiento empresarial, en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019, se obtuvieron resultados que nos permitió hacer una discusión frente a los antecedentes que se han planteado inicialmente.

Según los resultados estadísticos que se generó con SPSS 25, el financiamiento si está relacionado con el crecimiento empresarial del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019, con el resultado de la hipótesis general, según la tabla 08 de la investigación la cual fue saber si Existe relación entre financiamiento y crecimiento empresarial, en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019, se aplicó Rho de spearman, donde el valor de $P=0.000$ fue menor a 0.05. considerando un nivel de confiabilidad del 96% en donde se procedió a rechazar la hipótesis nula y se acepta la alterna dando como resultado que existe relación entre financiamiento y crecimiento empresarial centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019. el resultado de Rho de spearman en su coeficiente de correlación fue de 0.878, es decir que existe una correlación alta, por eso se define que, si están relacionados el financiamiento y crecimiento empresarial. Por lo que se corrobora el estudio realizado por Kong y moreno (2014) en la tesis titulada influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las mypes del Distrito de san José - Lambayeque en el periodo 2010 - 2012. El cual llega a la conclusión que las fuentes de financiamiento contribuyen positivamente en el desarrollo o crecimiento de las mypes del distrito de san José, porque si tienen diversas alternativas de financiamiento van a evaluar cuales se pueden adecuar a su necesidad, además que si acceden al financiamiento van a

poder invertir y tener más dinero para trabajar, comprar más existencias y en la mejora de la tecnología, ayudando a que existan mejoras en su fabricación, en las ventas y van a poder contar con más stock de su mercadería para ofrecer a sus clientes, adicional a que la tecnología es de gran ayuda para los negocios alivianando el trabajo.

Los resultados conseguidos de la hipótesis especifican N° 1, ubicada en la tabla 09 en la menciona que Existe relación entre financiamiento y el factor interno en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019, al aplicar Rho de spearman nos dio un resultado en donde $P=0.000$ siendo menor a 0.05 con un nivel de significancia de 96%, por lo que se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna que, si existe relación entre financiamiento y los factores internos del crecimiento empresarial centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019. y el coeficiente de correlación de rho de spearman fue de 0.840 es decir que, si hay correlación alta, concluyendo que, si hay relación entre el financiamiento y los factores internos. Por lo que se puede corroborar la investigación realizada por Gutiérrez (2017) en su tesis titulada la gestión de marketing directo y su influencia en el crecimiento de las mypes del mercado 3 de enero, año 2017. concluyendo que si tienen mayores ventas esto va a influir en los factores internos de crecimiento de las empresas por lo que si no tuviesen la manera de financiarse no podrían invertir y esto afectaría a los factores internos en el negocio. por lo que si existe relación porque el financiamiento influye en los factores internos.

En la hipótesis especifica N° 2 ubicada en la tabla 10 la cual nos menciona que Existe relación entre financiamiento y el factor externo en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019 nos dio como resultado el rho spearman que el valor de $P=0.000$ fue menor que 0.05 en donde se consideró el nivel de confiabilidad de 96% por lo que se aceptó la hipótesis alterna y se rechazó la hipótesis nula por lo que se deduce que si hay relación entre el financiamiento y los factores externos del crecimiento empresarial centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019 y en este caso el coeficiente de correlación de

Rho de spearman fue de 0.775 es decir que si hay una correlación alta. Comprobando el estudio que realizo albis (2013) en su tesis titulada crecimiento económico en el sector pymes de la ciudad de la paz por medio de la asignación de créditos del sistema bancario. Llego a concluir que las entidades financieras cada vez están más accesibles para solicitar un crédito sistema financiero y así las empresas van a poder tener el capital para invertir y seguir expandiéndose y generando más trabajo.

VI. CONCLUSIONES

En la investigación de acuerdo con la información recolectada nos permitió llegar a las siguientes conclusiones:

El objetivo general que se planteó se determinó que la relación entre financiamiento y crecimiento empresarial, en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019, es ($r = 0.878$) analizada como directa por ser efectiva, ya que cada vez que la primera variable acrecienta en una unidad, la segunda variable también, y del mismo modo, si disminuye la primera variable, la segunda variable disminuirá. Además de ser moderada y significativa debido a que el valor de significancia es de 0.000, comprobándose la hipótesis de la investigación, sobre si existe relación entre financiamiento y crecimiento empresarial, en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019, porque si en las mypes tienen mayor financiamiento van a poder invertir más en su negocio y seguirán creciendo, aportando a la economía del país.

En conclusión, al primer objetivo específico de determinar nivel de relación entre financiamiento y el factor interno, en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019, es ($r = 0.840$) analizada como directa por ser afirmativa, porque cada vez que las mypes accedan a financiarse, podrán tener más posibilidades de contar con productos de calidad, llegar a ser grandes empresas y de igual manera poder integrar la tecnología a sus negocios ya que en la actualidad es de gran ayuda, es por eso que si la primera variable aumenta, ocasionara que los factores externos del crecimiento empresarial tengan aporte positivo. Además de ser moderada y significativa debido a que el valor de significancia es de 0.000, comprobándose la primera hipótesis específica de la investigación, que Existe relación entre financiamiento y el factor interno en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019, porque al contar con más capital de trabajo podrá invertir en mejores productos para su compañía y la tener la preferencia de sus consumidores.

Para el segundo objetivo específico que fue, determinar nivel de relación entre financiamiento y el factor externo, en las mypes del centro comercial sagrado

corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019, es ($r = 0.775$)) analizada como directa por ser positiva, porque cada vez que las mypes puedan acceder a una alternativa de financiamiento va a significar un crecimiento en su demanda, también contar con más clientes y proveedores, de igual manera podrán contar con un historial crediticio para acceder a más posibilidades de financiamiento para ser competitivos, por lo cual si aumenta el financiamiento también tendrá puntos positivos en los factores externos del crecimiento de las mypes. Además de ser moderada y significativa debido a que el valor de significancia es de 0.000, permite corroborar la veracidad de la segunda hipótesis, que Existe relación entre financiamiento y el factor externo en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019, porque si cuentan con más fuentes de financiamiento podrán invertir y tener incremento en las ventas, podrán adquirir más activos, el cual es beneficioso para el crecimiento de las mypes.

VII. RECOMENDACIONES

La siguiente recomendación se basó de acuerdo con los resultados en las deficiencias que se pudo observar en los negocios al momento de proceder a la encuesta.

A partir de los resultados descriptivos se recomienda que los microempresarios aprovechen las facilidades que ahora tienen de poder acceder a un financiamiento por parte de las entidades ya que en la tabla 12 (anexos) se indicó que en la mayoría de las veces las empresas acceden a financiamiento, por lo que deben invertir en adquirir más mercadería y de buena calidad para que los clientes que les compren dándoles satisfacción y así los recomienden para el aumenten sus ventas para que sigan contando con una buena capacidad de crecimiento.

Se recomienda a partir de los resultados descriptivos, que los microempresarios se puedan asesorar con un especialista sobre las alternativas de financiamiento que más les convenga según la tabla 28 (anexos), se indicó que solo a veces se asesoran, pero se les recomienda que mejor se financien con sus propios recursos antes que con prestamistas que en la mayoría de las veces les cobrar más interés que las entidades financieras según la tabla 21 (anexos) y así podrán tener fondos disponibles para seguir creciendo como empresa, para que también sigan generando más trabajo y aporte a la economía del país.

Se recomienda que todas las mypes según el resultado descriptivo cuenten con estrategias de comerciales ya que según la tabla 39 (anexos) la gran mayoría a veces suele contar con estrategias, pero es recomendable que para que sigan creciendo y sean competitivos, ya sea mediante su producto al darle un valor agregado o en la calidad del producto. También se recomienda que las mypes que aún no están formalizadas puedan entrar en el mercado formal para que puedan contar con más posibilidades de crecimiento.

Se recomienda que las variables financiamiento y crecimiento empresarial sean estudiadas, pero que tengan nuevos aportes y que estudien otras herramientas de financiamiento que salen al mercado año a año para que las empresas y tengan más posibilidades de crecimiento y de expansión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar , K., & Cano, N. (2017). *Fuentes de financiamiento para el incremento de la rentabilidad de las mypes de la provincia de huancayo*. Obtenido de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/3876/Aguilar%20Soriano-Cano%20Ramirez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alcalde San Miguel, P. (2015). *Calidad*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo.
- Alvarado, J., Portocarrero, F., Trivelli, C., Gonzáles, E., Galarza, F., & Venero, H. (2001). *El financiamiento informal en el Perú*. Lima: IEP, COFIDE, CEPES.
- Behar, D. (2008). *Metodología de la investigacion*. shalom. Obtenido de <http://rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/Libro%20metodologia%20investigacion%20este.pdf>
- Bernilla, M. (2012). *MYPE oportunidad de crecimiento*. Perú: Editorial grafica Bernilla.
- Brenez, L. (2013). *Condiciones actuales de financiamiento de las mipymes costarricenses*. Costa Rica: TEC EMPRESARIAL.
- Casanovas , M., & Bertrán, J. (2013). *La financiación de la empresa*. Barcelona: Profit editorial.
- Castro Rodriguez, K. (2016). *financiamiento de las pymes y crecimiento económico en México (2000 - 2015): un análisis subnacional*. Santa Cruz Acatlán, Naucalpan, México. Obtenido de <https://www.scribd.com/document/339502810/Tesis-financiamiento-y-Crecimiento-Pymes-2016-Desbloqueado>
- Centurión, R. (2015). Gestión de calidad, formalizacion, competitividad, financiamiento, capacitacion y rentabilidad en micro y pequeñas empresas de la provincia del santa (2013). *In crescendo Institucional*, 164 - 183. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5127577>
- Chavez, R. (2017). *Incidencia del financiamiento externo en el crecimiento de las mypes del sector comercio del distrito de trujillo, año 2017*. Trujillo. Obtenido de

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11541/chavez_mr.pdf?sequence=1&isAllowed=y

cordoba, m. (2012). *gestion financiera*. bogota: ecoe ediciones.

Desarrollo, N. C. (2010). *financiamiento de las pymes y crecimiento económico en México (2000 - 2015): un análisis subnacional*. mexico: CEPAL.

Diaz, p. (2014). *tipos de demanda y contexto de demanda*. Obtenido de <https://www.avntf-evntf.com/wp-content/uploads/2016/06/Tipos-de-la-Demanda-y-Contexto.-P.-D%C3%ADaz.-2014.pdf>

Flores, J. (2004). *Centro de Especialización en Contabilidad y Finanzas*. Lima: CECOF Asesores.

Fonseca, R. E. (2015). *Competitividad la clave del éxito empresarial*. Bogotá: Alfaomega colombiana.

Gallardo, R. (2012). *Administración Estratégica De La Visión A La Ejecución*. México: Alfaomega Grupo Editorial S.A.

Gomez, M. (2016). *Metodología de la investigación científica (2ed.)*. Cordoba: Brujas.

González Cómbita, S. M. (2014). *La gestión financiera y el acceso a financiamiento de las pymes del sector comercio en la ciudad de Bogotá*. Obtenido de <http://bdigital.unal.edu.co/49025/1/Tesis%20La%20Gesti%C3%B3n%20Financiera%20y%20el%20acceso%20a%20Financiamiento%20de%20las%20Pymes%20del%20Sector%20Comercio%20en%20la%20ciudad%20de%20Bogot%C3%A1.pdf>

Gutierrez Villacorta, E. E. (2018). *la gestión de marketing directo y su influencia en el crecimiento de las mypes del mercado 3 de enero, año 2017*. Obtenido de <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/UNFV/2073>

heinemann, K. (2003). *Introduccion a la metodologia de la investigacion empirica en las ciencias del deporte*. Paidotribo. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=bjJYAButfB4C&pg=PA253&dq=METODOLOGIA+DE+LA+INvestigacion+hittman&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjkv_Gz4ZXiAhXCtlkKHQHwD0EQ6AEIKDAA#v=

onepage&q=METODOLOGIA%20DE%20LA%20INvestigacion%20hittman
&f=false

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES.
- Ibarra Cisneros, M., González Torres, L., & Demuner Flores, M. (2016). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 107-130. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>
- Kiyosaki, R. (2011). *La ventaja del ganso, el poder de la educación financiera*. Buenos Aires: Santillana ediciones generales.
- Konecny, L. (2016). *acciones y bolsa: el unico libro que necesitas*. Alemania: BoD-Books on Demand. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=2G45DAAAQBAJ&pg=PA81&dq=editions:-GLWpg3kP10C&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi60vDGvKvjAhVnoFkKHflfAM8QuwUIKzAA#v=onepage&q&f=false>
- Kong, J., & Moreno, J. (2014). *Influencia de las fuentes de financiamiento en el desarrollo de las Mypes del distrito de San José- Lambayeque en el periodo 2010- 2012*.
- León, E., & Saavedra, M. (2018). Fuentes de Financiamiento para las mipyme en Mexico. *Excelencia Administrativa*, 159. Obtenido de http://www.fca.uach.mx/posgrado_e_investigacion/2018/09/05/Excelencia-Administrativa-Vol-44.pdf
- Lerma, H. (2016). *Metodología de la investigación: propuestas, anteproyecto y proyecto (5 ed.)*. Bogotá: Ecoe ediciones. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=COzDDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n:+Propuesta,+anteproyecto+y+proyecto&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiv7LiC6pXiAhUuwVkJHT9A9gQ6AEIJzAA#v=onepage&q=Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20invest>

- Levy , N. (2017). Financiamiento, financiarización y problemas del desarrollo. Cuadernos de Economía. *Cuadernos de Economía*, 207 - 230. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ceco/v38n76/2248-4337-ceco-38-76-207.pdf>
- Longenecker, J., Moore , C., Petty, W., & Palich, L. (2007). *Administracion de pequeñas empresas. Enfoque emprendedor*. Santa Fe: Cengage Learning. Obtenido de http://books.google.com.pe/booksid=O2x9k6Lkv04C&pg=PA265&lpg=PA265&dq=ahorros+personales+como+fuentes+de+financiamiento&source=bl&ots=IDAf4kyrfR&sig=6nicuV3LTiicKVYBoU_6V6MpU&hl=es&sa=X&ei=96yIUZaVHNGs4AO7oIDwCA&v
- Longenecker, J. P. (2013). *Administración de pequeñas empresas lanzamiento y crecimiento de iniciativas de emprendimiento*. Mexico : Gengage Learning Editores,S.A de C.V.
- Mendoza Ángeles, D. C. (2015). *El financiamiento como factor de crecimiento en las mypes del Callao*. Obtenido de <http://repositorio.unac.edu.pe/handle/UNAC/1547>
- Mercado Abanto, R. D. (2014). *El mercado de valores como fuente de financiamiento para la micro y pequeña empresa*. Obtenido de <http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/cybertesis/3894>
- Morales, A., Morales, J., & Alocer, F. (2014). *administracion financiera*. Mexico : Grupo editorial Patria. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=jMS3BgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq= analisis+financiero+2014&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi_z92D9ZriAhWRVN8KHUpXC5EQ6AEIVTAI#v=onepage&q= analisis%20financiero%202014&f=false
- Padilla, C. (2012). *Gestión Financiera*. Colombia: Ecoe Ediciones .
- Parkin , M. (2014). *Economía (10ed.)*. Mexico : Apolo.
- Plaza , I. (2014). Analisis dogmático-penal del delito de financiamiento del terrorismo. *Revista de estudios de la justicia*, 24. Obtenido de <https://revistaestudiostributarios.uchile.cl/index.php/RECEJ/article/view/36322/37972>

- Prieto, C. (2014). *Emprendimiento Concepto y Plan de Negocio*. Mexico: Pearson.
- Rios Asmat, A. A. (2018). *la política fiscal y su incidencia en la inversión y el crecimiento empresarial en las micro, pequeñas y medianas empresas*. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2445>
- Rodés, A. (2018). *Gestión ECONOMICA Y FINANCIERA de la empresa*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=mJBXDwAAQBAJ&pg=PA276&dq=Gesti%C3%B3n+Econ%C3%B3mica+y+financiera+de+la+empresa&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjInd7v1cviAhVJwFkKHYn2AzoQ6AEILTAB#v=onepage&q=Gesti%C3%B3n%20Econ%C3%B3mica%20y%20financiera%20de%20la%20empres>
- Rodríguez , L., & Bermúdez, L. (2016). *Investigación en la gestión empresarial*. Bogotá: Ecoe ediciones. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=DMC4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Berm%C3%BAdez+L,+y+Rodr%C3%ADguez+L&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwji6OXXiK7jAhUq1lkKHYmgA5oQ6AEIKDAA#v=onepage&q=Berm%C3%BAdez%20L%2C%20y%20Rodr%C3%ADguez%20L&f=false>
- Rojo, M., & Gaspar, A. (2013). *Crecimiento e internacionalización de empresa*. España: síntesis s.a. .
- Romero, F., & Centurión, R. (2015). Caracterización del financiamiento en micro y pequeñas empresas, rubro chifas de Santa y Coishco, 2013. *In Crescendo. Institucional*, 96 - 103. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5294093>
- Seclen, J. (2016). Crecimiento empresarial en las pequeñas empresas de la industria metalmecánica de Lima: un estudio de casos múltiple. *Ekonomiaz*, 225-241.
- Taipe , j., & Pazmiño, J. (2015). consideracion de los factores o fuerzas externas e internas a tomar en cuenta para el analisis situacional de una empresa. *revista publicando*, 163-183. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5833494>

Tello, Y. (2014). *importancia de las micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país*. Lima: Lex.

Vargas, M., & Aldana, I. (2014). *calidad y servicio: conceptos y herramientas*. bogota: Ecoe ediciones. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=57-4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=concepto+de+calidad+2014&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwin35SqrZviAhVLhq0KHQ8_D6YQ6AEIKDAA#v=onepage&q=concepto%20de%20calidad%202014&f=false

Vargas, O. (2013). Gestión de compras eficientes y sostenibles: modelo para la gestión de la cadena de suministro y para romper paradigmas. *Punto de Vista*, 41 - 54. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/276307645_Gestion_de_compras_eficientes_y_sostenibles_modelo_para_la_gestion_de_la_cadena_de_suministro_y_para_romper_paradigmas

Verona , C., Hernández, M., & Déniz, J. J. (2013). *Finanzas Corporativas*. Madrid, España: Delta Publicaciones Universitarias.

Villaorduña , A. (2014). *efectos de financiamiento en la gestion de las empresas de servicios en lima metropolitana*. Perú. Obtenido de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1139/1/villaurdu%C3%B1a_c.pdf

ANEXOS.

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Financiamiento y el crecimiento empresarial en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGIA
GENERAL	GENERAL	GENERAL	FINANCIAMIENTO	financiamiento de proveedores Financiamiento entidades financieras Préstamos terceros Aporte del propietario Reinversión de fondos ganados a corto plazo Reserva de capital	TIPO DE ESTUDIO: El tipo de estudio a realizar es descriptivo-correlacional DISEÑO DE ESTUDIO: El diseño de estudio es no experimental porque no manipulamos variables POBLACION Y MUESTRA El tipo de población es probabilístico TAMAÑO Y MUESTRA
¿Cuál es el nivel de relación entre financiamiento y el crecimiento empresarial, en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019?	Determinar el nivel de relación entre financiamiento y crecimiento empresarial, en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019	Existe relación entre financiamiento y crecimiento empresarial, en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019			

ESPECIFICO	ESPECIFICO	ESPECIFICO	CRECIMIENTO EMPRESARIAL	Calidad del producto	40 empresarios TECNICAS E INSTRUMENTO La técnica para utilizar será la encuesta y el instrumento será el cuestionario que es de elaboración propia
¿Cuál es el nivel de relación entre financiamiento y el factor interno, en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019?	Determinar nivel de relación entre financiamiento y el factor interno, en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019	Existe relación entre financiamiento y el factor interno en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019		Tamaño empresarial	
ESPECIFICO	ESPECIFICO	ESPECIFICO		Motivación empresarial	
¿Cuál es el nivel de relación entre financiamiento y el factor externo en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019?	Determinar nivel de relación entre financiamiento y el factor externo en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019	Existe relación entre financiamiento y el factor externo en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019		Mejora tecnológica	
ESPECIFICO	ESPECIFICO	ESPECIFICO	Competitividad		
¿Cuál es el nivel de relación entre financiamiento y el factor externo en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019?	Determinar nivel de relación entre financiamiento y el factor externo en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019	Existe relación entre financiamiento y el factor externo en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019	Aumento de Clientes		
ESPECIFICO	ESPECIFICO	ESPECIFICO	incremento de Proveedores		
¿Cuál es el nivel de relación entre financiamiento y el factor externo en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019?	Determinar nivel de relación entre financiamiento y el factor externo en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019	Existe relación entre financiamiento y el factor externo en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019	Crecimiento de Demanda		
ESPECIFICO	ESPECIFICO	ESPECIFICO	Accesibilidad a financiamiento		
¿Cuál es el nivel de relación entre financiamiento y el factor externo en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019?	Determinar nivel de relación entre financiamiento y el factor externo en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019	Existe relación entre financiamiento y el factor externo en el centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019			

ANEXO 2: CUESTIONARIO

Está dirigida a los dueños de los negocios del centro comercial sagrado corazón de Jesús, por ser la población objetiva de la presente investigación.

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	M D	D	A	M A	
	DIMENSIÓN 1: Fuentes de Financiamiento Externo													
1	La empresa tiene fácil acceso al crédito de proveedores.													
2	La empresa tiene financiamiento de las entidades financieras													
3	Las mypes cuentan con las condiciones crediticias exigidas por las entidades financieras													
4	Las mypes incluyen la recuperación de las cuentas por cobrar en su plan de trabajo													
5	El financiamiento otorgado por los proveedores es relevante para las empresas													
6	Los proveedores le cobran intereses por deudas adquiridas													
7	La empresa en la que labora posee un buen historial crediticio que les permita a las entidades financieras determinar la confiabilidad para otorgarles financiamiento.													
8	Usted como empresario se siente satisfecho o apoyado con los medios de financiamiento que existen en la banca comercial													
9	Alguna vez ha obtenido éxito acudiendo a los bancos para obtener financiamiento por cualquiera de los medios que ofrecen.													
10	La empresa se financia con prestamistas, familiares, banquitos.													
11	El costo de financiación de prestamistas panderos y banquitos es mayor al sistema financiero													
	DIMENSIÓN 2: Fuentes de Financiamiento Interno													
12	Usan las reservas de capital para financiar la empresa													
13	Con las reservas de capital compran activos para la empresa													
14	Financia sus actividades con la venta de bienes													
15	La empresa cuenta con activos que no aportan valor agregado a sus productos													
16	La empresa invierte sus fondos ganados para su autofinanciación													

17	La empresa ha otorgado préstamos a terceros de sus ganancias obtenidas durante el año															
18	Se ha asesorado con algún especialista antes de tomar una decisión de tipo financiera															
19	El crecimiento de su negocio ha sido influenciado por el financiamiento															
20	Esta informado sobre las diferencias tasas que ofrecen las instituciones financieras															
N.º	DIMENSIONES / ítems															Sugerencias
	DIMENSIÓN 3: Factor interno															
21	Contar con productos desarrollados por la empresa son preferibles por su calidad															
22	La calidad de sus productos influye en el crecimiento empresarial															
23	La empresa apertura nuevas tiendas															
24	La expansión a nuevos mercados que tienen variedad de productos promueve el crecimiento empresarial.															
25	El crecimiento de la empresa es inducido por la motivación de crecimiento de la empresa															
26	La búsqueda de la satisfacción personal relacionada con el aumento del prestigio ayuda en la expansión															
27	Invertir en la mejora tecnológica es conveniente para el aumento de ventas en las empresas															
28	La mejora tecnológica favorece el crecimiento económico de las empresas															
	DIMENSIÓN 4: Factor Externo															
29	La empresa tiene estrategias comerciales que permite hacer frente a la competitividad.															
30	Para lograr ser más competitivo les da un valor agregado a sus productos															
31	Ofrece incentivos a sus clientes para que vuelvan a comprar en su negocio															
32	Cumple con los compromisos pactados con sus clientes sean implícitos o explícitos.															
33	Evalúa al proveedor antes de ser seleccionado para saber si es el indicado															
34	Para elegir a sus proveedores realizan una búsqueda estratégica															

35	La aceptación del producto ofertado influye en la decisión del consumidor																		
36	El crecimiento de la demanda genera el aumento de los puntos de venta																		
37	El acceso al financiamiento de las instituciones bancarias es recurrente en la empresa																		
38	La empresa tiene acceso al financiamiento en las entidades microfinancieras																		
39	Recibiría un taller de marketing para que aumente sus ventas y expanda su negocio																		
40	Considera que es difícil competir con los negocios informales, si no dispone de recursos.																		



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: COJARVA ENCISO JORGE DNI: 06130386

Especialidad del validador: FINANZAS

14 de JUNIO del 2019

*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



Firma del Experto Informante.
Especialidad



Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: SANCHEZ NUÑEZ CLAUDIO DNI: 1064999

Especialidad del validador: Psicología

17 de Julio del 2019

- ***Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ***Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
- ***Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, eracto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Firma del Experto Informante,
Especialidad

ANEXO 4: RESULTADO DESCRIPTIVO A NIVEL DE ITEMS

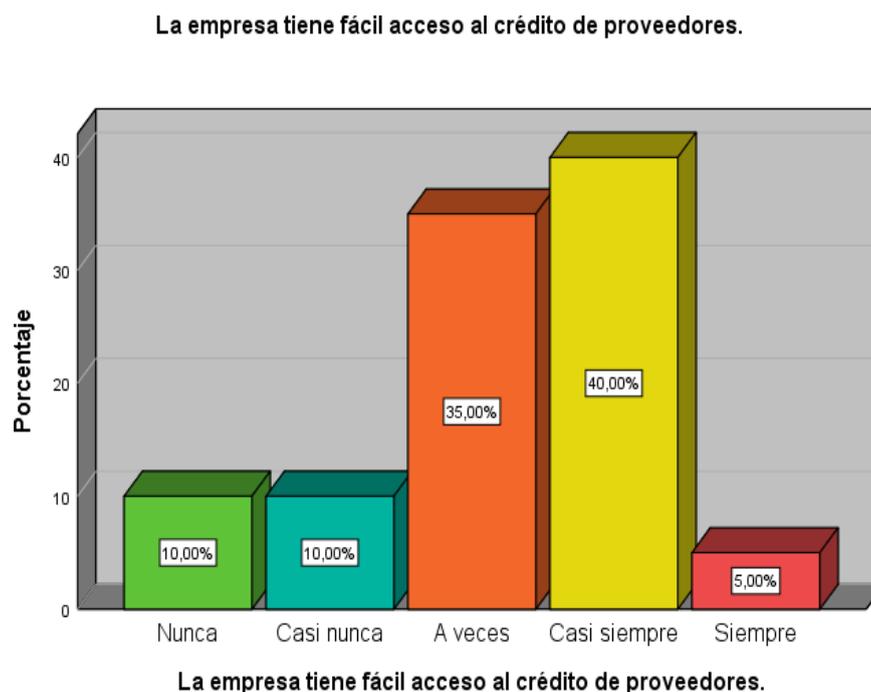
Tabla 9:

La empresa tiene fácil acceso al crédito de proveedores.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	10,0	10,0	10,0
	Casi nunca	4	10,0	10,0	20,0
	A veces	14	35,0	35,0	55,0
	Casi siempre	16	40,0	40,0	95,0
	Siempre	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 1:

Acceso al crédito de proveedores



Interpretación: En la gráfico 1, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 10% manifestó que nunca la empresa tiene fácil acceso al crédito de proveedores, el 10% manifestó que casi nunca, el 35% manifestó que a veces acceden al crédito de proveedores, el 40% por ciento indica que casi siempre y el otro 5% respondió que siempre acceden a créditos de proveedores.

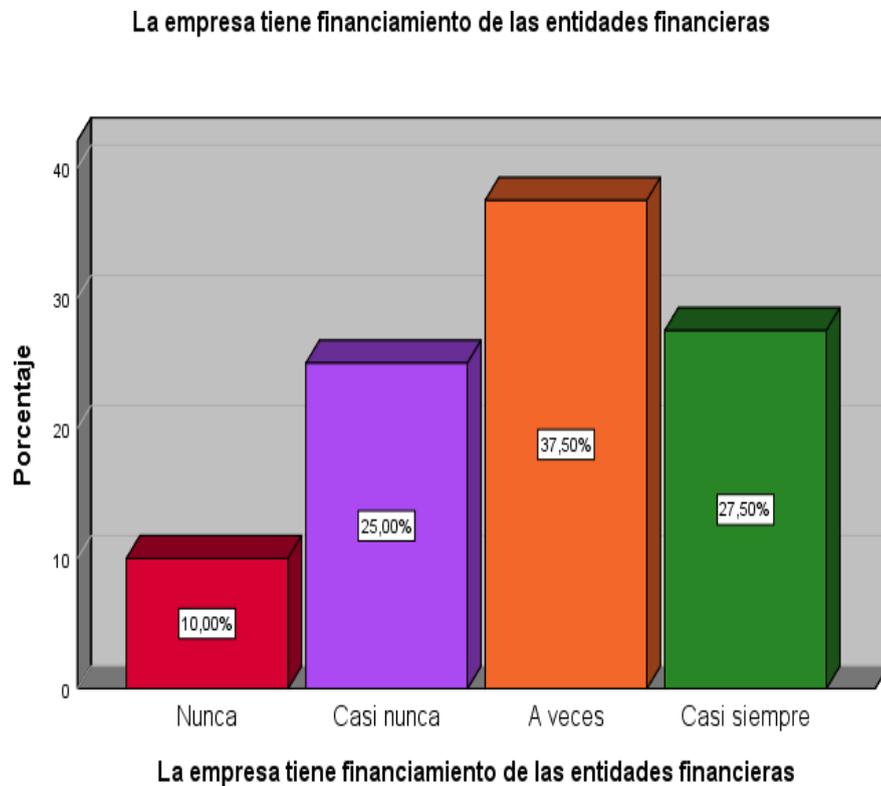
Tabla 63:

La empresa tiene financiamiento de las entidades financieras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	10,0	10,0	10,0
	Casi nunca	10	25,0	25,0	35,0
	A veces	15	37,5	37,5	72,5
	Casi siempre	11	27,5	27,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 2:

Financiamiento de las entidades financieras



Interpretación: En el gráfico 2, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 10% manifestó que nunca la empresa tiene financiamiento de las entidades financieras, el 25% manifestó que casi nunca, el 37.5% manifestó que a veces tienen financiamiento de las entidades financieras, y otro el 27,5% por ciento indica que casi siempre.

Tabla 64:

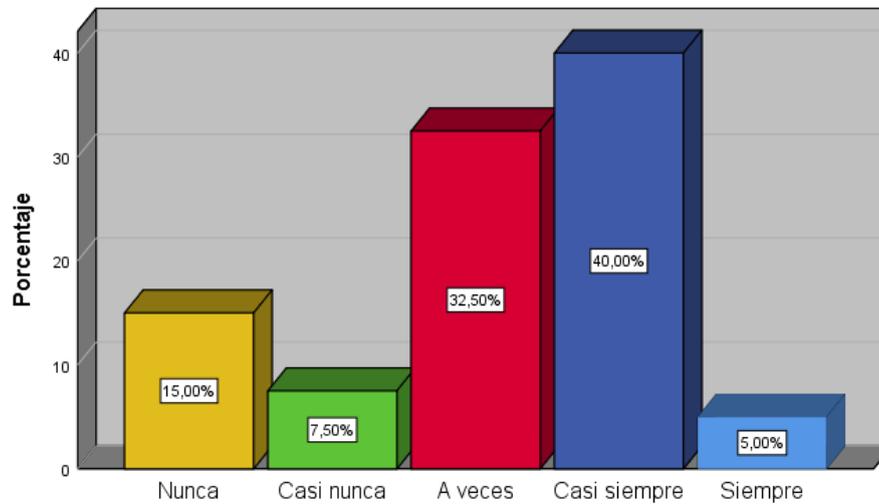
Las mypes cuentan con las condiciones crediticias exigidas por las entidades financieras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	15,0	15,0	15,0
	Casi nunca	3	7,5	7,5	22,5
	A veces	13	32,5	32,5	55,0
	Casi siempre	16	40,0	40,0	95,0
	Siempre	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 3:

Condiciones crediticias.

Las mypes cuentan con las condiciones crediticias exigidas por las entidades financieras



Las mypes cuentan con las condiciones crediticias exigidas por las entidades financieras

Interpretación: En el gráfico 3, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 15% manifestó que nunca cuentan con las condiciones crediticias exigidas por las entidades financieras, el 7,5% manifestó que casi nunca, el 32,5% manifestó que a veces cuentan con las condiciones crediticias, el 40% por ciento indica que casi siempre y el otro 5% respondió que siempre cuentan con las condiciones crediticias exigidas.

Tabla 65:

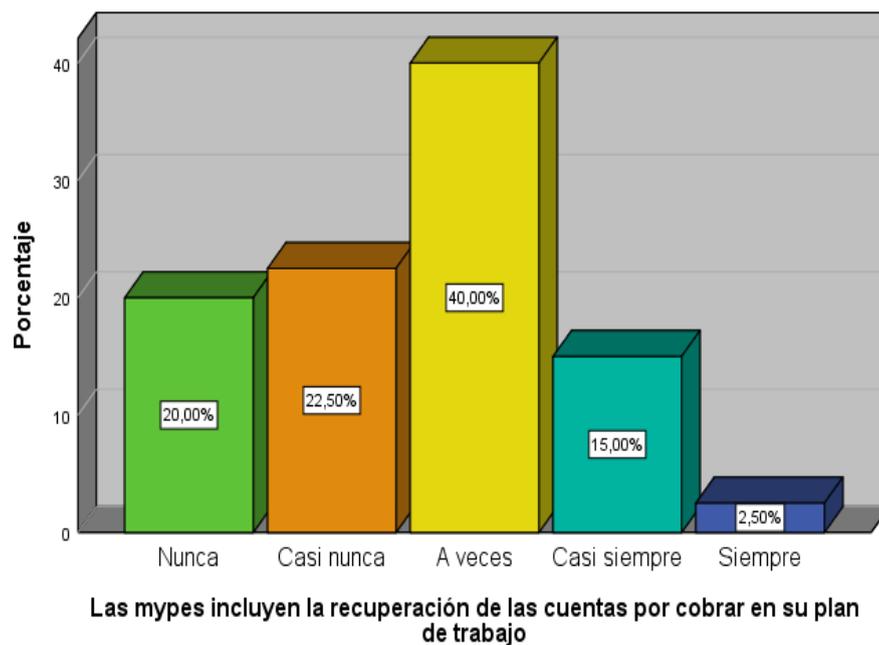
Las mypes incluyen la recuperación de las cuentas por cobrar en su plan de trabajo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	8	20,0	20,0	20,0
Casi nunca	9	22,5	22,5	42,5
A veces	16	40,0	40,0	82,5
Casi siempre	6	15,0	15,0	97,5
Siempre	1	2,5	2,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 4:

Recuperación de cuentas por cobrar

Las mypes incluyen la recuperación de las cuentas por cobrar en su plan de trabajo



Interpretación: En el gráfico 4, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 20% manifestó que nunca incluyen las cuentas por cobrar en su plan de trabajo, el 22,5% manifestó que casi nunca, el 40% manifestó que a veces incluyen las cuentas por cobrar, el 15% por ciento indica que casi siempre y el otro 2,5% respondió que siempre.

Tabla 66:

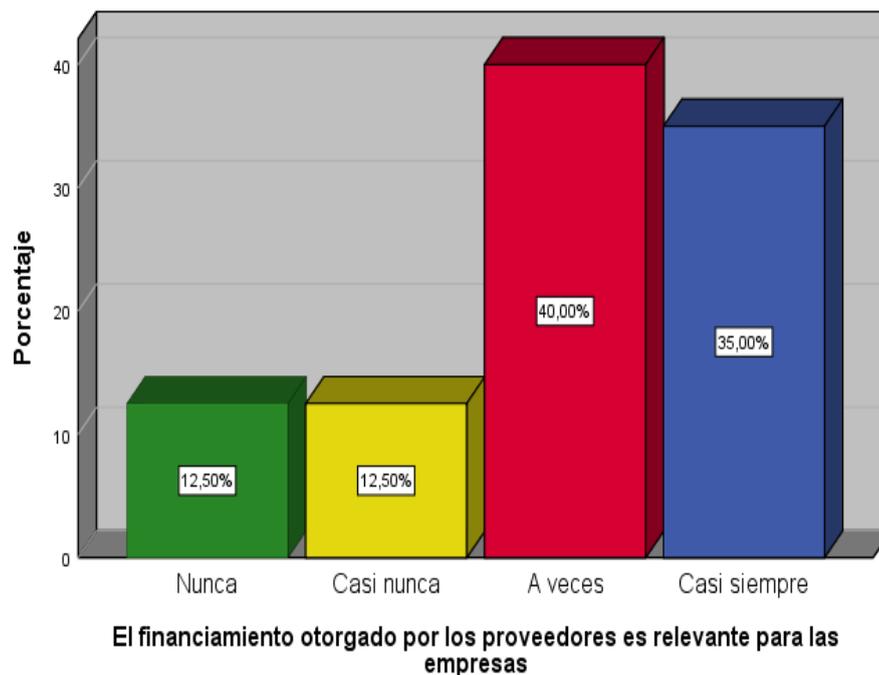
El financiamiento otorgado por los proveedores es relevante para las empresas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	12,5	12,5	12,5
	Casi nunca	5	12,5	12,5	25,0
	A veces	16	40,0	40,0	65,0
	Casi siempre	14	35,0	35,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 5:

Financiamiento otorgado por los proveedores

El financiamiento otorgado por los proveedores es relevante para las empresas



Interpretación: En el gráfico 5, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 12,5% manifestó que nunca el financiamiento otorgado por los proveedores es relevante para las empresas, el 12,5% manifestó que casi nunca, el 40% manifestó que a veces acceden al crédito de proveedores, el 35% por ciento indica que casi siempre.

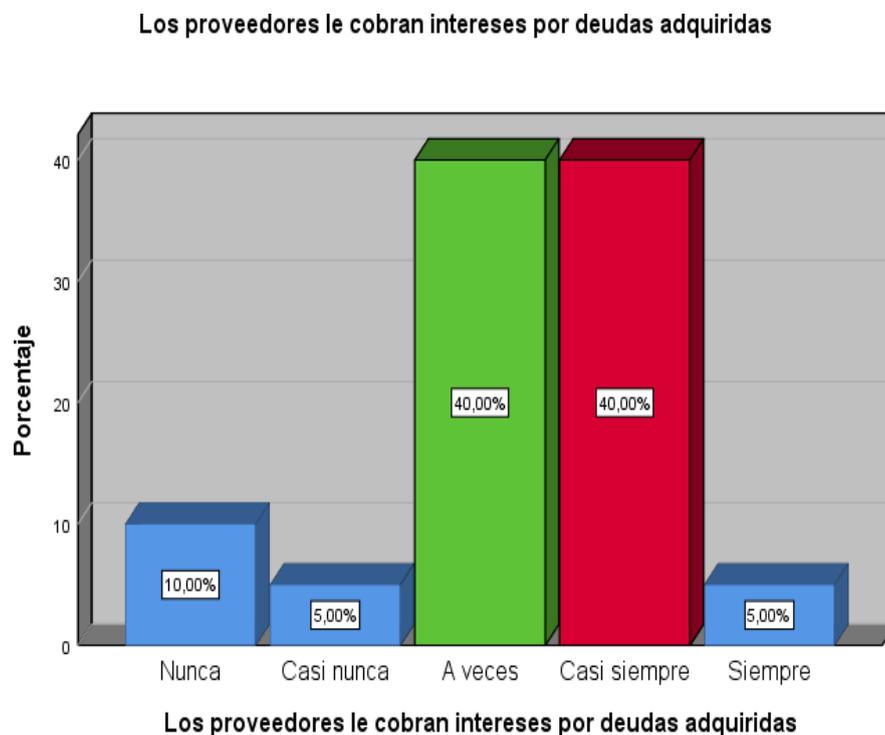
Tabla 67:

Los proveedores le cobran intereses por deudas adquiridas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	10,0	10,0	10,0
	Casi nunca	2	5,0	5,0	15,0
	A veces	16	40,0	40,0	55,0
	Casi siempre	16	40,0	40,0	95,0
	Siempre	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 6:

Deudas adquiridas



Interpretación: En el gráfico 6, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 10% manifestó que nunca Los proveedores le cobran intereses por deudas adquiridas, el 5% manifestó que casi nunca, el 40% manifestó que a veces Los proveedores le cobran intereses por deudas adquiridas, el 40% por ciento indica que casi siempre y el otro 5% respondió que siempre.

Tabla 68:

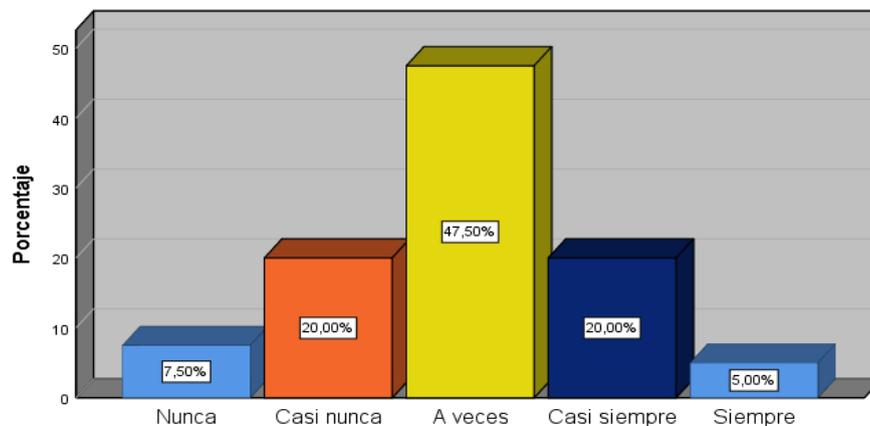
La empresa en la que labora posee un buen historial crediticio que les permita a las entidades financieras determinar la confiabilidad para otorgarles financiamiento.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	7,5	7,5	7,5
	Casi nunca	8	20,0	20,0	27,5
	A veces	19	47,5	47,5	75,0
	Casi siempre	8	20,0	20,0	95,0
	Siempre	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 7:

Fuentes externas de financiamiento

La empresa en la que labora posee un buen historial crediticio que les permita a las entidades financieras determinar la confiabilidad para otorgarles financiamiento.



La empresa en la que labora posee un buen historial crediticio que les permita a las entidades financieras determinar la confiabilidad para ...

Interpretación: En el gráfico 7, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 7,5% manifestó que nunca las instituciones bancarias como fuentes externas de financiamiento son una parte importante para las empresas, el 20% manifestó que casi nunca, el 47,5% manifestó que a veces las instituciones bancarias como fuentes externas de financiamiento son una parte importante para las empresas, el 20% por ciento indica que casi siempre y el otro 5% respondió que siempre.

Tabla 69:

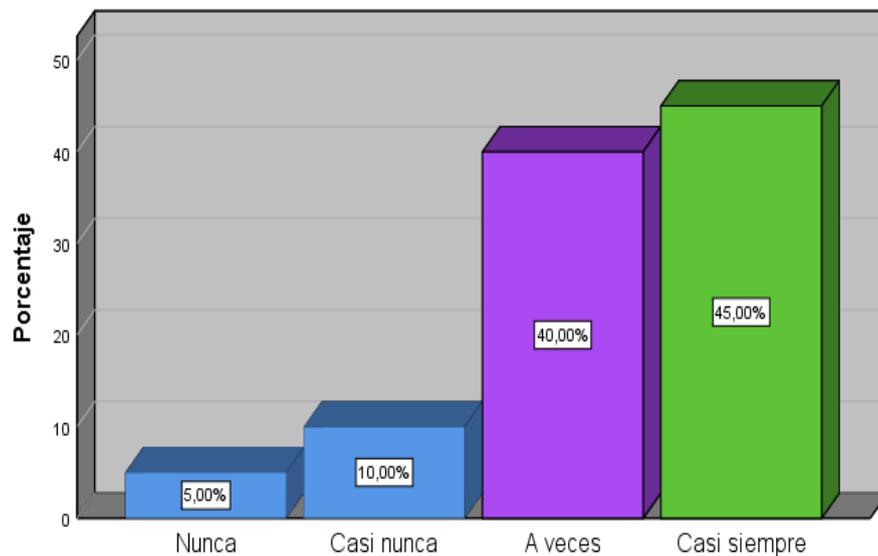
Usted como empresario se siente satisfecho o apoyado con los medios de financiamiento que existen en la banca comercial

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	2	5,0	5,0	5,0
Casi nunca	4	10,0	10,0	15,0
A veces	16	40,0	40,0	55,0
Casi siempre	18	45,0	45,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 8:

Las empresas recurren al financiamiento bancario

Usted como empresario se siente satisfecho o apoyado con los medios de financiamiento que existen en la banca comercial



Usted como empresario se siente satisfecho o apoyado con los medios de financiamiento que existen en la banca comercial

Interpretación: En el gráfico 8, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 5% manifestó que nunca para el crecimiento de las empresas recurren al financiamiento bancario, el 10% manifestó que casi nunca, el 40% manifestó que a veces las empresas recurren al financiamiento bancario, el 45% por ciento indica que casi siempre.

Tabla 70:

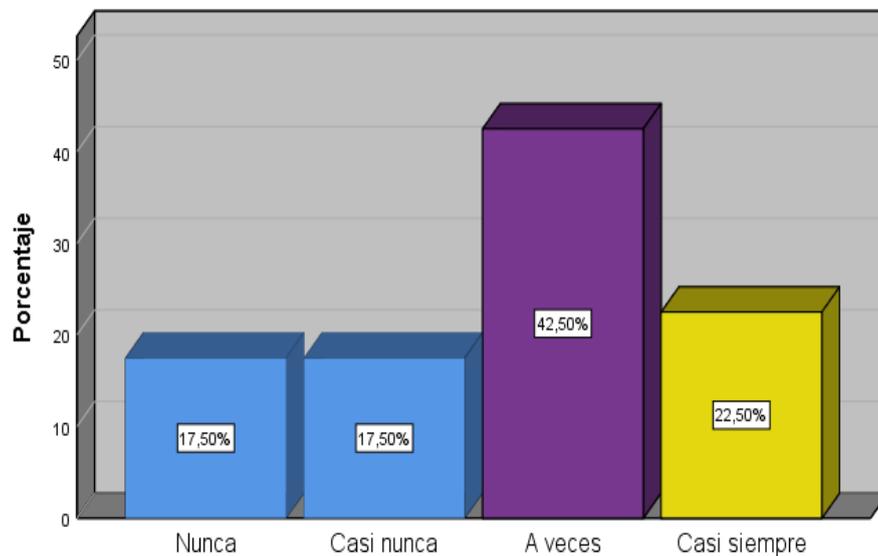
Alguna vez ha obtenido éxito acudiendo a los bancos para obtener financiamiento por cualquiera de los medios que ofrecen.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	17,5	17,5	17,5
	Casi nunca	7	17,5	17,5	35,0
	A veces	17	42,5	42,5	77,5
	Casi siempre	9	22,5	22,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 9:

Créditos otorgados por las entidades bancarias

Alguna vez ha obtenido éxito acudiendo a los bancos para obtener financiamiento por cualquiera de los medios que ofrecen.



Alguna vez ha obtenido éxito acudiendo a los bancos para obtener financiamiento por cualquiera de los medios que ofrecen.

Interpretación: En el gráfico 9, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 17,5% manifestó que nunca la empresa tiene créditos otorgados por las entidades financieras, el 17,5% manifestó que casi nunca, el 42,5% manifestó que a veces las empresas tienen créditos otorgados por las entidades bancarias, el 22,5% por ciento indica que casi siempre.

Tabla 71:

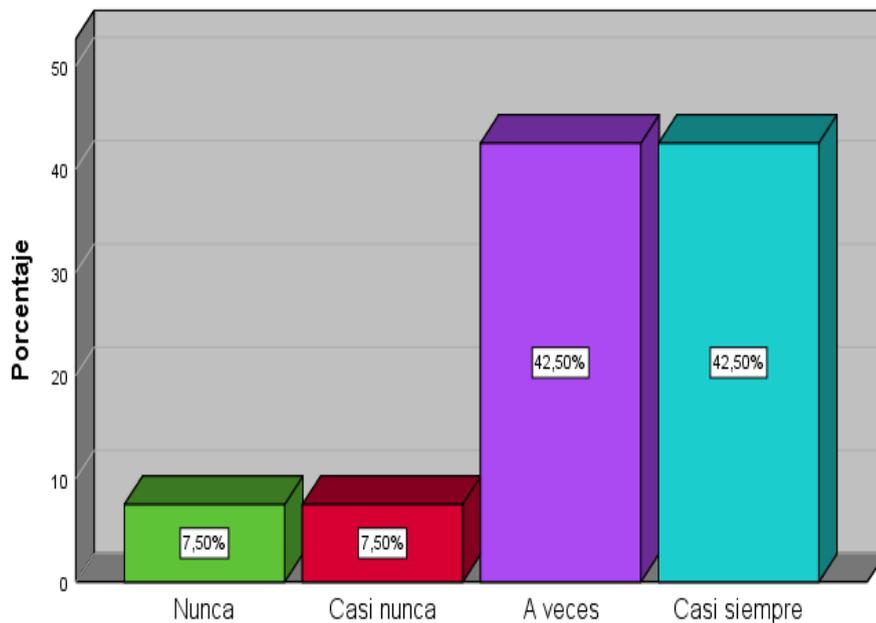
La empresa se financia con prestamistas, familiares, banquitos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	7,5	7,5	7,5
	Casi nunca	3	7,5	7,5	15,0
	A veces	17	42,5	42,5	57,5
	Casi siempre	17	42,5	42,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 10:

Financiamiento con prestamistas, familiares, banquitos

La empresa se financia con prestamistas, familiares, banquitos.



La empresa se financia con prestamistas, familiares, banquitos.

Interpretación: En el gráfico 10, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 7,5% manifestó que nunca la empresa se financia con prestamistas, familiares, banquitos, el 7,5% manifestó que casi nunca, el 42,5% manifestó que a veces la empresa se financia con prestamistas, familiares, banquitos, el 42,5% por ciento indica que casi siempre.

Tabla 72:

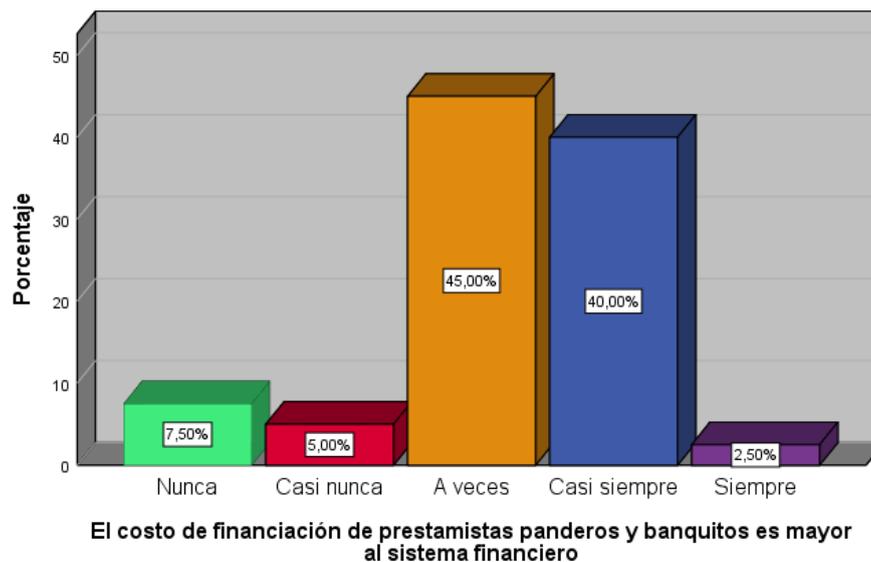
El costo de financiación de prestamistas panderos y banquitos es mayor al sistema financiero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	7,5	7,5	7,5
	Casi nunca	2	5,0	5,0	12,5
	A veces	18	45,0	45,0	57,5
	Casi siempre	16	40,0	40,0	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 11:

Costo de financiación de prestamistas, panderos y banquitos

El costo de financiación de prestamistas panderos y banquitos es mayor al sistema financiero



Interpretación: En el gráfico 11, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 7,5% manifestó que nunca el costo de financiación de prestamistas panderos y banquitos es mayor al sistema financiero, el 5% manifestó que casi nunca, el 45% manifestó que a veces El costo de financiación de prestamistas panderos y banquitos es mayor al sistema financiero, el 40% por ciento indica que casi siempre, Y el otro 2,5% indica que siempre.

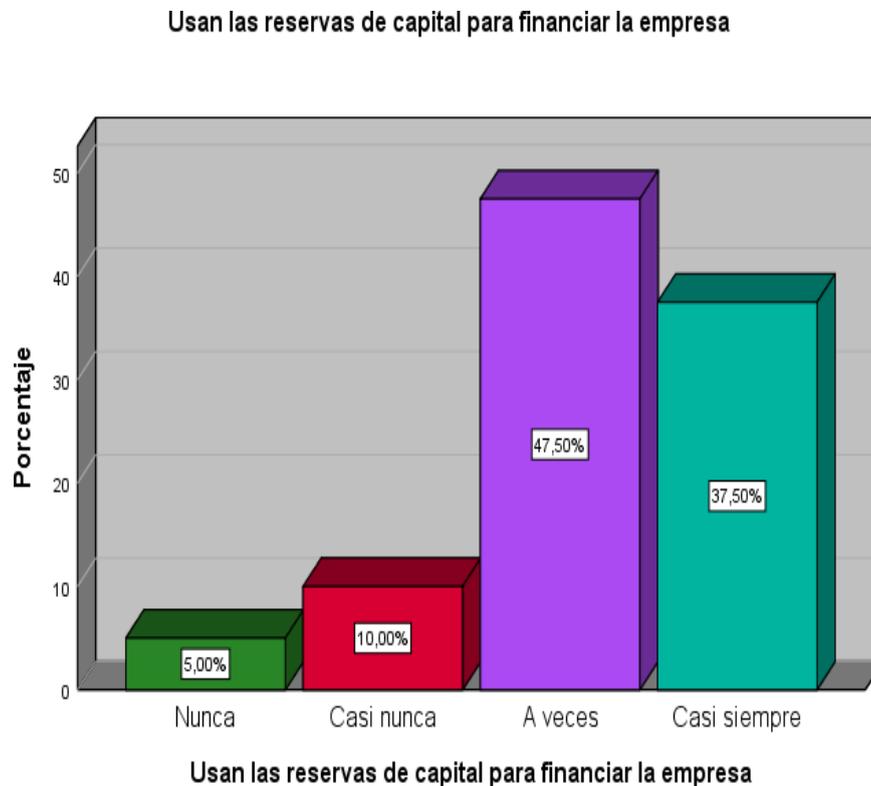
Tabla 20:

Usan las reservas de capital para financiar la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	5,0	5,0	5,0
	Casi nunca	4	10,0	10,0	15,0
	A veces	19	47,5	47,5	62,5
	Casi siempre	15	37,5	37,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 12:

Reservas de capital



Interpretación: En el gráfico 12, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 5% manifestó que nunca Usan las reservas de capital para financiar la empresa, el 10% manifestó que casi nunca, el 47,5% manifestó que a veces Usan las reservas de capital para financiar la empresa, el 37,5% por ciento indica que casi siempre.

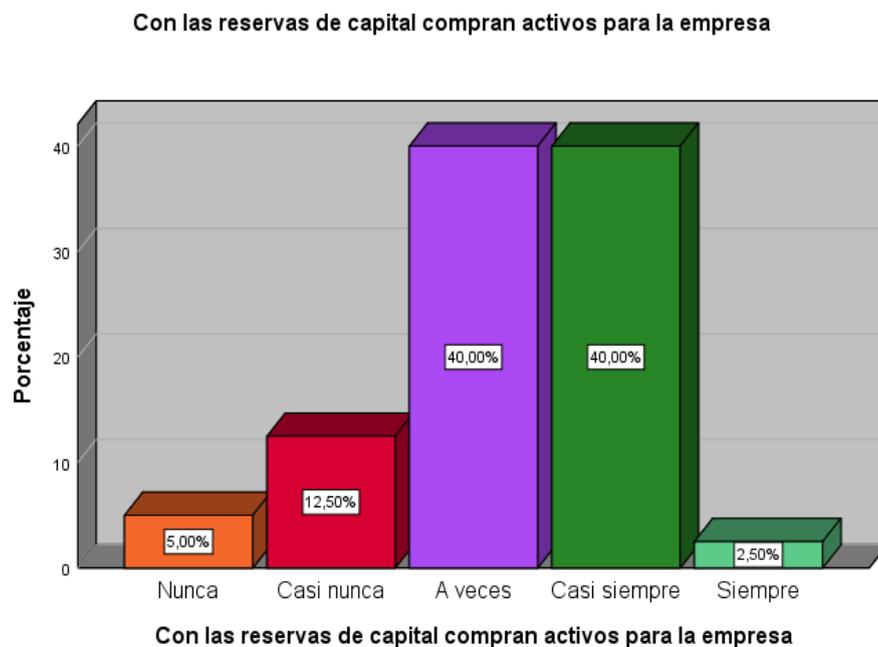
Tabla 21:

Con las reservas de capital compran activos para la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	5,0	5,0	5,0
	Casi nunca	5	12,5	12,5	17,5
	A veces	16	40,0	40,0	57,5
	Casi siempre	16	40,0	40,0	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 13:

Compran activos con las reservas de capital



Interpretación: En el gráfico 13, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 5% manifestó que nunca Con las reservas de capital compran activos para la empresa, el 12,5% manifestó que casi nunca, el 40% manifestó que a veces Con las reservas de capital compran activos para la empresa, el 40% indica que casi siempre y el otro 2,5% respondió que siempre acceden a créditos de proveedores.

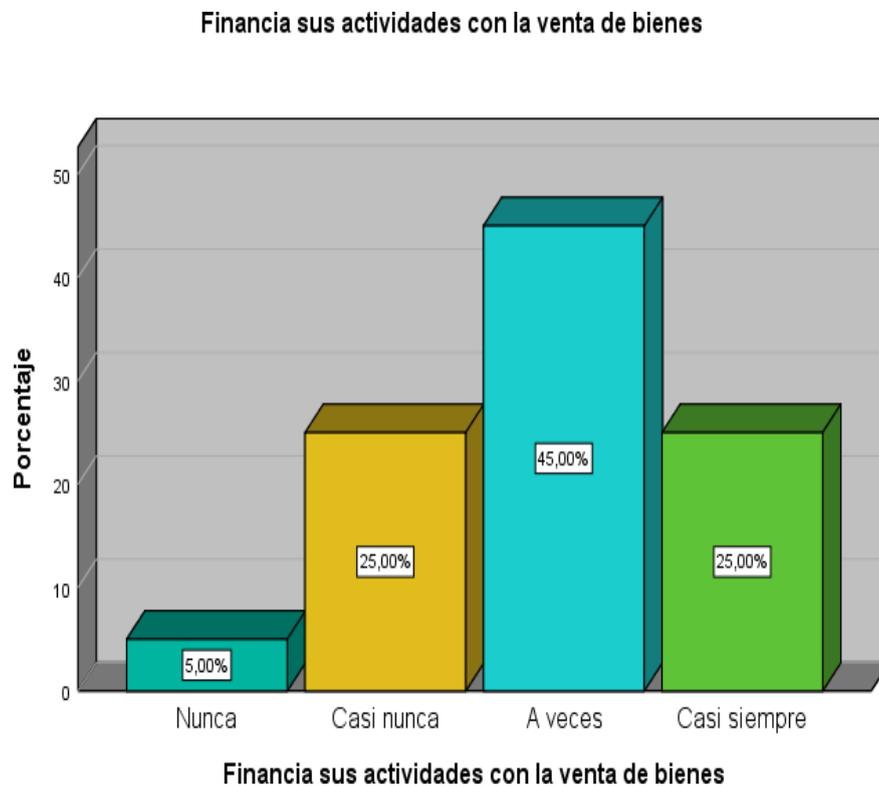
Tabla 22:

Financia sus actividades con la venta de bienes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	5,0	5,0	5,0
	Casi nunca	10	25,0	25,0	30,0
	A veces	18	45,0	45,0	75,0
	Casi siempre	10	25,0	25,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 14:

Financia sus actividades con la venta de bienes



Interpretación: En el gráfico 14, se muestra el resultado de la siguiente manera; el 5% ostentó que nunca capitaliza sus movimientos con el comercio de bienes, el 25% reveló que casi nunca, el 45% mostró que a veces Costea sus acciones con la comercialización de bienes, el 25% indica que casi siempre

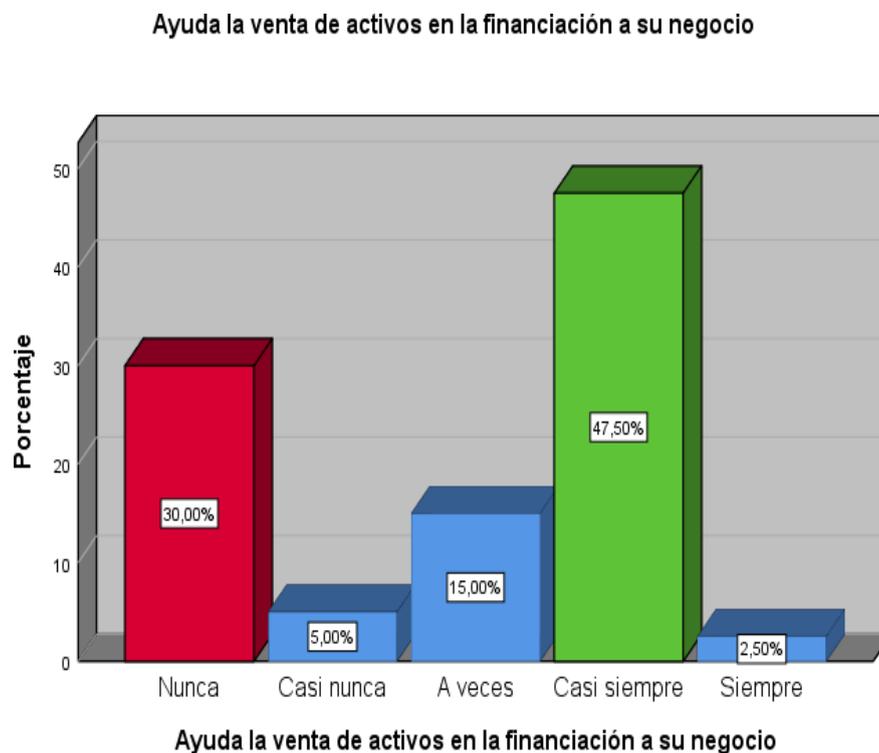
Tabla 23:

Ayuda la venta de activos en la financiación a su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	12	30,0	30,0	30,0
	Casi nunca	2	5,0	5,0	35,0
	A veces	6	15,0	15,0	50,0
	Casi siempre	19	47,5	47,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 15:

Ayuda la venta de activos en la financiación



Interpretación: En el gráfico 15, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 30% manifestó que nunca Ayuda la venta de activos en la financiación a su negocio, el 5% manifestó que casi nunca, el 15% manifestó que a veces Ayuda la venta de activos en la financiación a su negocio, el 47,5% por ciento indica que casi siempre y el otro 2,5% respondió que siempre.

Tabla 77:

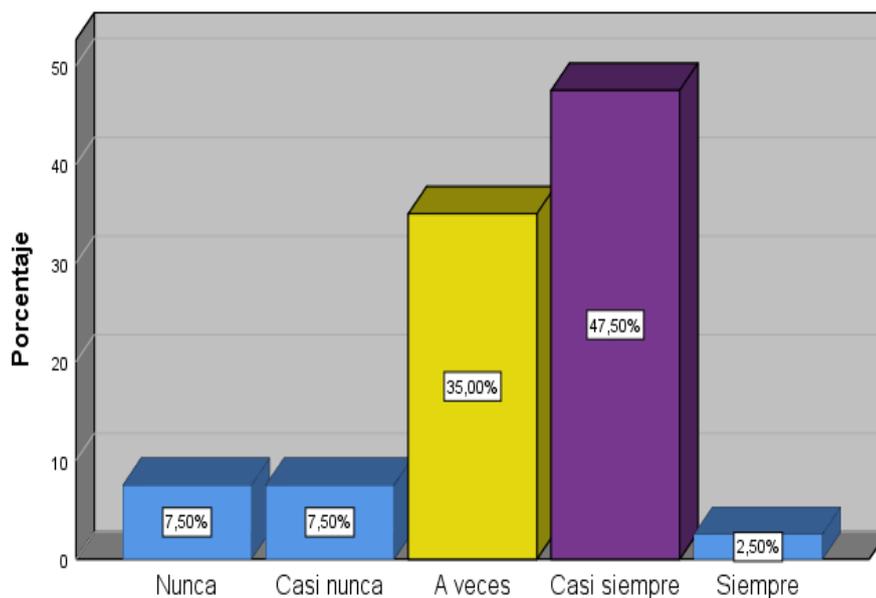
La emisión de acciones es una fuente de financiamiento en su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	7,5	7,5	7,5
	Casi nunca	3	7,5	7,5	15,0
	A veces	14	35,0	35,0	50,0
	Casi siempre	19	47,5	47,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 16:

La emisión de acciones una fuente de financiamiento

La emisión de acciones es una fuente de financiamiento en su negocio



La emisión de acciones es una fuente de financiamiento en su negocio

Interpretación: En el gráfico 16, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 7,5% manifestó que nunca La emisión de acciones es una fuente de financiamiento en su negocio, el 7,5% manifestó que casi nunca, el 35% manifestó que a veces La emisión de acciones es una fuente de financiamiento en su negocio, el 47,5% por ciento indica que casi siempre y el otro 2,5% respondió que siempre.

Tabla 78:

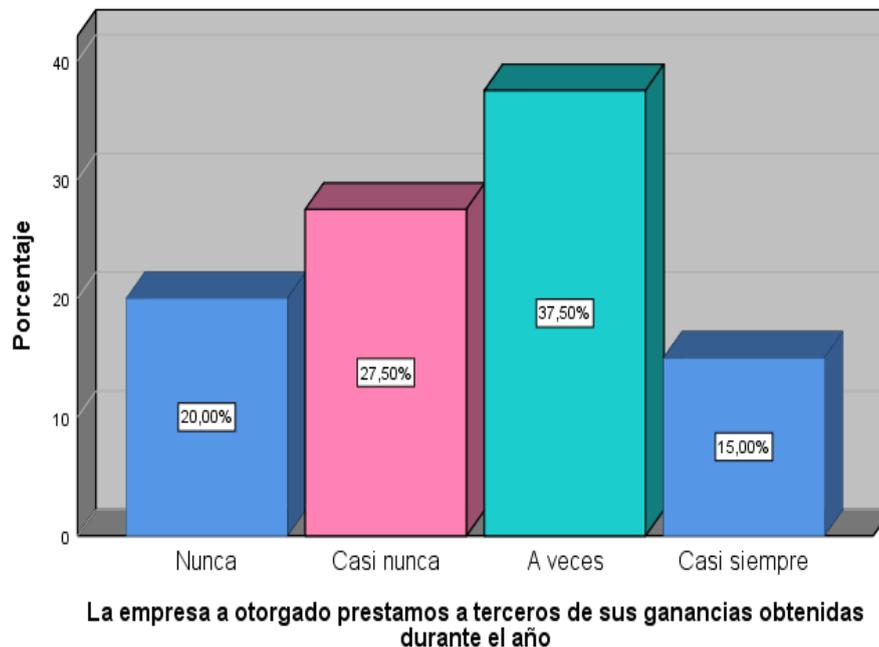
La empresa ha otorgado préstamos a terceros de sus ganancias obtenidas durante el año

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	8	20,0	20,0	20,0
Casi nunca	11	27,5	27,5	47,5
A veces	15	37,5	37,5	85,0
Casi siempre	6	15,0	15,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 17:

Ganancias obtenidas

La empresa a otorgado prestamos a terceros de sus ganancias obtenidas durante el año



Interpretación: En el gráfico 17, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 20% manifestó que nunca La emisión de acciones es conveniente para la empresa, el 27,5% manifestó que casi nunca, el 37,5% manifestó que a veces La emisión de acciones es conveniente para la empresa, el 15% por ciento indica que casi siempre.

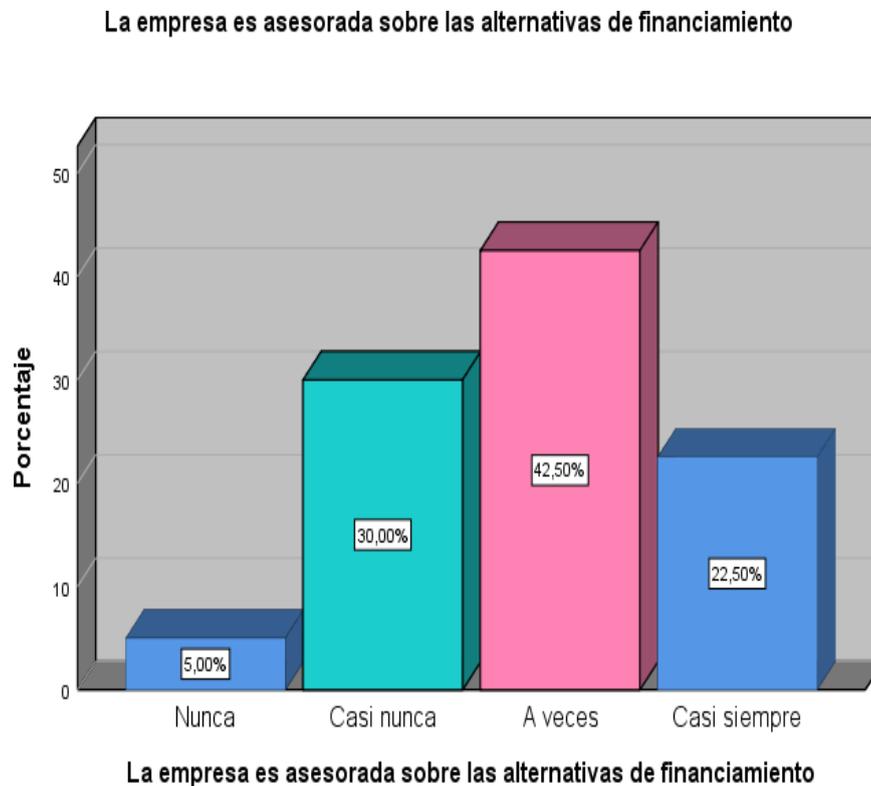
Tabla 79:

La empresa es asesorada sobre las alternativas de financiamiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	2	5,0	5,0	5,0
Casi nunca	12	30,0	30,0	35,0
A veces	17	42,5	42,5	77,5
Casi siempre	9	22,5	22,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 18:

Alternativas de financiamiento



Interpretación: En el gráfico 18, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 5% manifestó que nunca La empresa es asesorada sobre las alternativas de financiamiento, el 30% manifestó que casi nunca, el 42,5% manifestó que a veces La empresa es asesorada sobre las alternativas de financiamiento, el 22,5% por ciento indica que casi siempre.

Tabla 80:

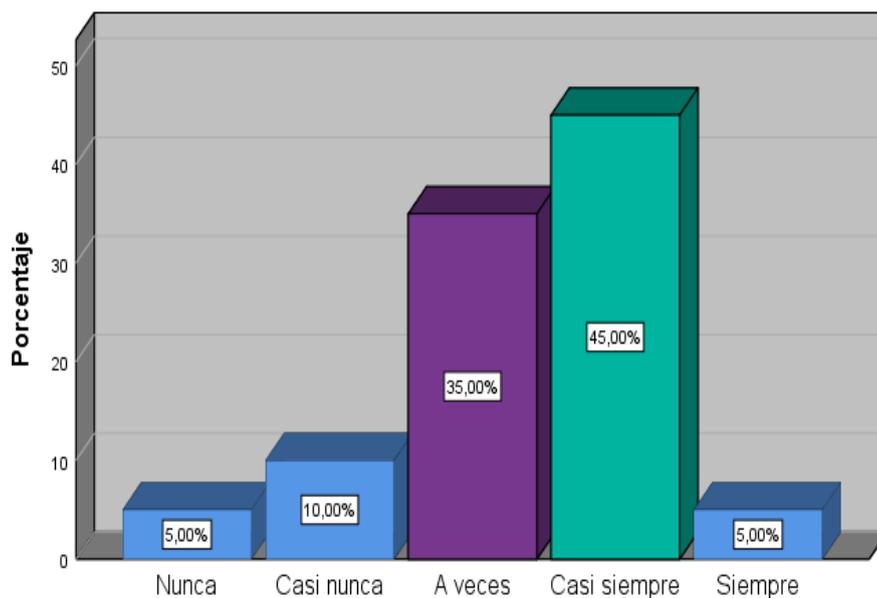
El crecimiento de su negocio ha sido influenciado por el financiamiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	2	5,0	5,0	5,0
Casi nunca	4	10,0	10,0	15,0
A veces	14	35,0	35,0	50,0
Casi siempre	18	45,0	45,0	95,0
Siempre	2	5,0	5,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 19:

Financiamiento mediante la venta de facturas

El crecimiento de su negocio a sido influenciado por el financiamiento



El crecimiento de su negocio a sido influenciado por el financiamiento

Interpretación: En el gráfico 19, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 5% manifestó que nunca Utiliza el financiamiento mediante la venta de sus facturas, el 10% manifestó que casi nunca, el 35% manifestó que a veces Utiliza el financiamiento mediante la venta de sus facturas, el 45% por ciento indica que casi siempre y el 5% indica que siempre.

Tabla 81:

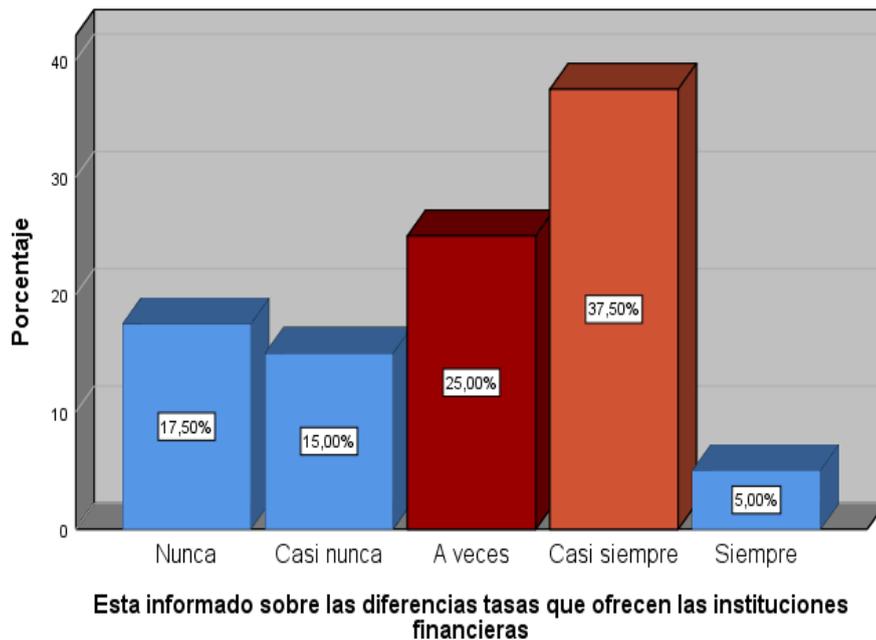
Esta informado sobre las diferencias tasas que ofrecen las instituciones financieras

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	7	17,5	17,5	17,5
Casi nunca	6	15,0	15,0	32,5
A veces	10	25,0	25,0	57,5
Casi siempre	15	37,5	37,5	95,0
Siempre	2	5,0	5,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 20:

Se economiza gastos bancarios mediante la autofinanciación

Esta informado sobre las diferencias tasas que ofrecen las instituciones financieras



Interpretación: En el gráfico 20, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 17,5% manifestó que nunca Se economiza gastos bancarios mediante la autofinanciación, el 15% manifestó que casi nunca, el 25% manifestó que a veces Se economiza gastos bancarios mediante la autofinanciación, el 37,5% por ciento indica que casi siempre y el 5% indica que siempre.

Tabla 82:

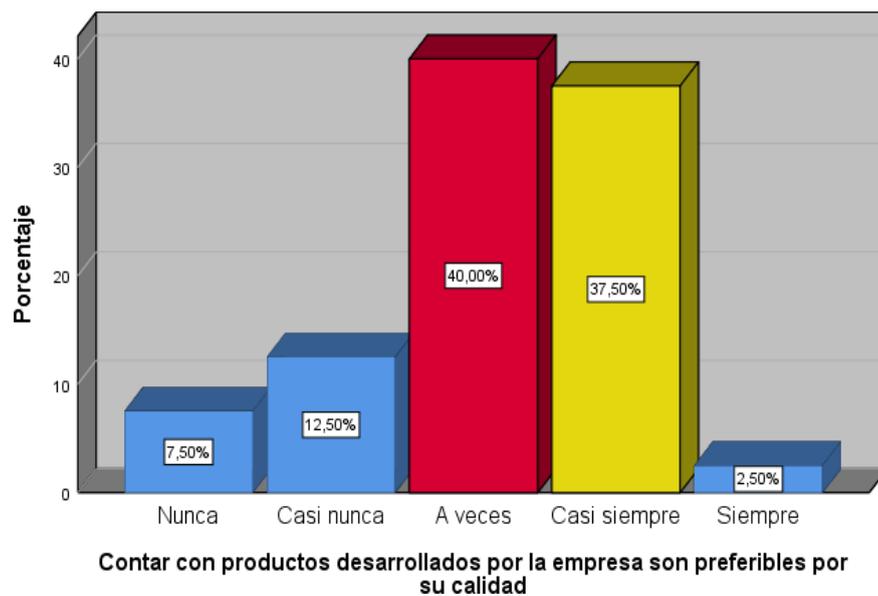
Contar con productos desarrollados por la empresa son preferibles por su calidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	3	7,5	7,5	7,5
Casi nunca	5	12,5	12,5	20,0
A veces	16	40,0	40,0	60,0
Casi siempre	15	37,5	37,5	97,5
Siempre	1	2,5	2,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 21:

Productos desarrollados

Contar con productos desarrollados por la empresa son preferibles por su calidad



Interpretación: En el gráfico 21, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 7,5% manifestó que nunca contar con productos desarrollados por la empresa son preferibles por su calidad, el 12,5% manifestó que casi nunca, el 40% manifestó que a veces contar con productos desarrollados por la empresa son preferibles por su calidad, el 37,5% por ciento indica que casi siempre y el 2,5% indica que siempre.

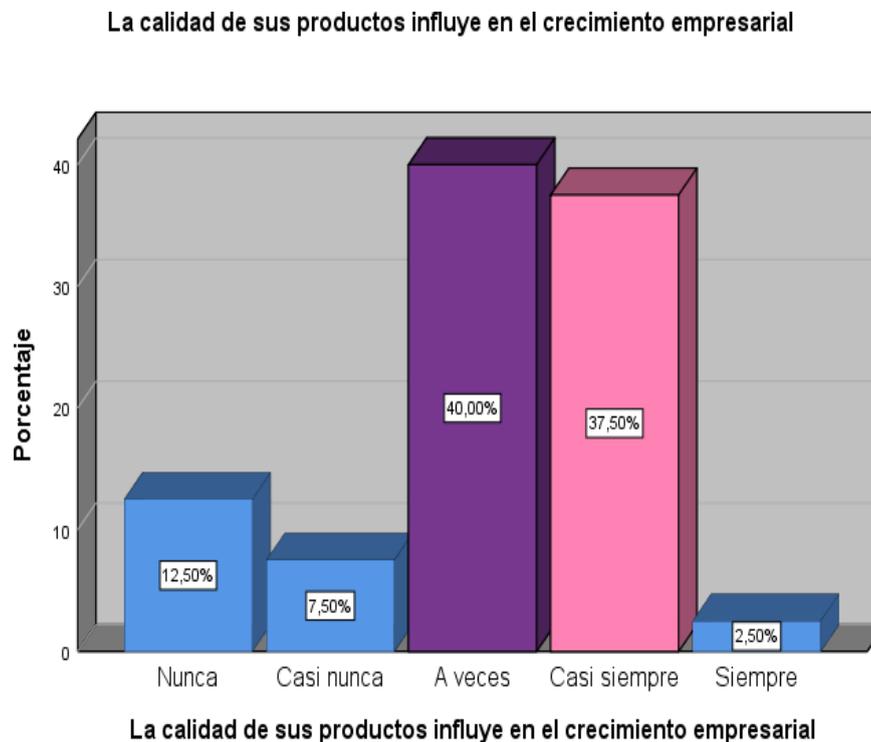
Tabla 83:

La calidad de sus productos influye en el crecimiento empresarial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	12,5	12,5	12,5
	Casi nunca	3	7,5	7,5	20,0
	A veces	16	40,0	40,0	60,0
	Casi siempre	15	37,5	37,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 22:

Calidad de sus productos



Interpretación: En el gráfico 22, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 12,5% manifestó que nunca La calidad de sus productos influye en el crecimiento empresarial, el 7,5% manifestó que casi nunca, el 40% manifestó que a veces La calidad de sus productos influye en el crecimiento empresarial, el 37,5% por ciento indica que casi siempre y el 2,5% indica que siempre

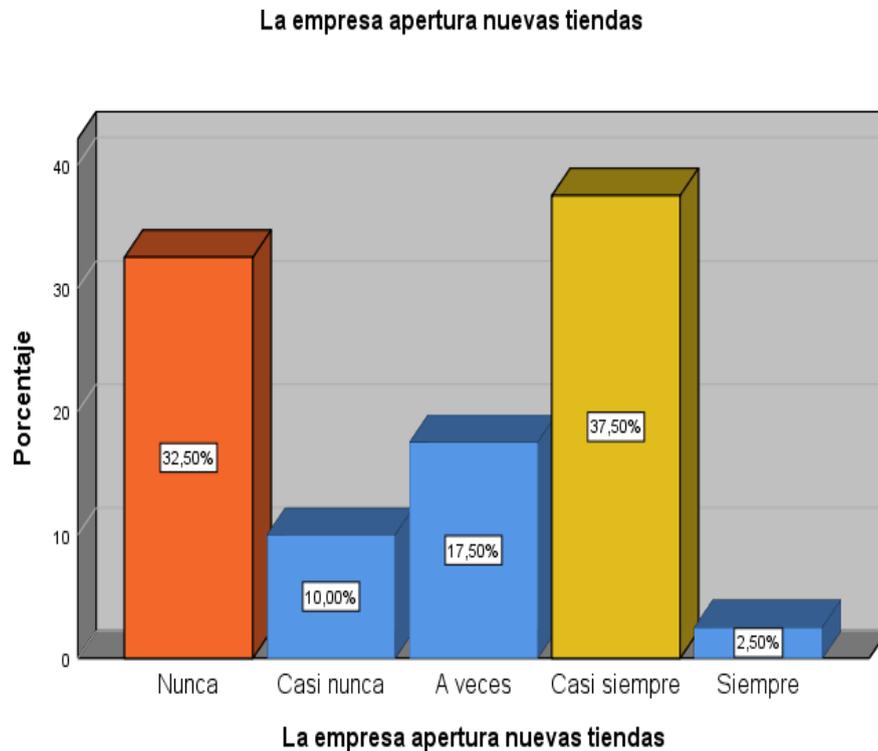
Tabla 84:

La empresa apertura nuevas tiendas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	32,5	32,5	32,5
	Casi nunca	4	10,0	10,0	42,5
	A veces	7	17,5	17,5	60,0
	Casi siempre	15	37,5	37,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 23:

Apertura nuevas tiendas



Interpretación: En el gráfico 23, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 32,5% manifestó que nunca La empresa apertura nuevas tiendas, el 10% manifestó que casi nunca, el 17,5% manifestó que a veces La empresa apertura nuevas tiendas, el 37,5% por ciento indica que casi siempre y el 2,5% indica que siempre.

Tabla 85:

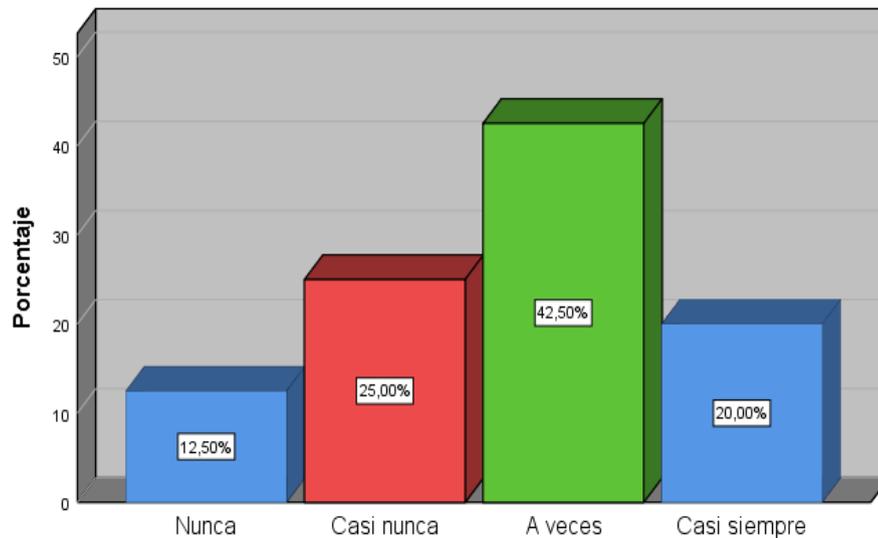
La expansión a nuevos mercados que tienen variedad de productos promueve el crecimiento empresarial.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	12,5	12,5	12,5
	Casi nunca	10	25,0	25,0	37,5
	A veces	17	42,5	42,5	80,0
	Casi siempre	8	20,0	20,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 24:

Expansión a nuevos mercados

La expansión a nuevos mercados que tienen variedad de productos promueve el crecimiento empresarial.



La expansión a nuevos mercados que tienen variedad de productos promueve el crecimiento empresarial.

Interpretación: En el gráfico 24, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 12,5% ostentó que nunca se expanden a mercados nuevos que tienen variedad de productos promueve el crecimiento empresarial., el 25% manifestó que casi nunca, el 42,5% manifestó que a veces La expansión a nuevos mercados que tienen variedad de productos promueve el crecimiento empresarial., el 20% por ciento indica que casi siempre.

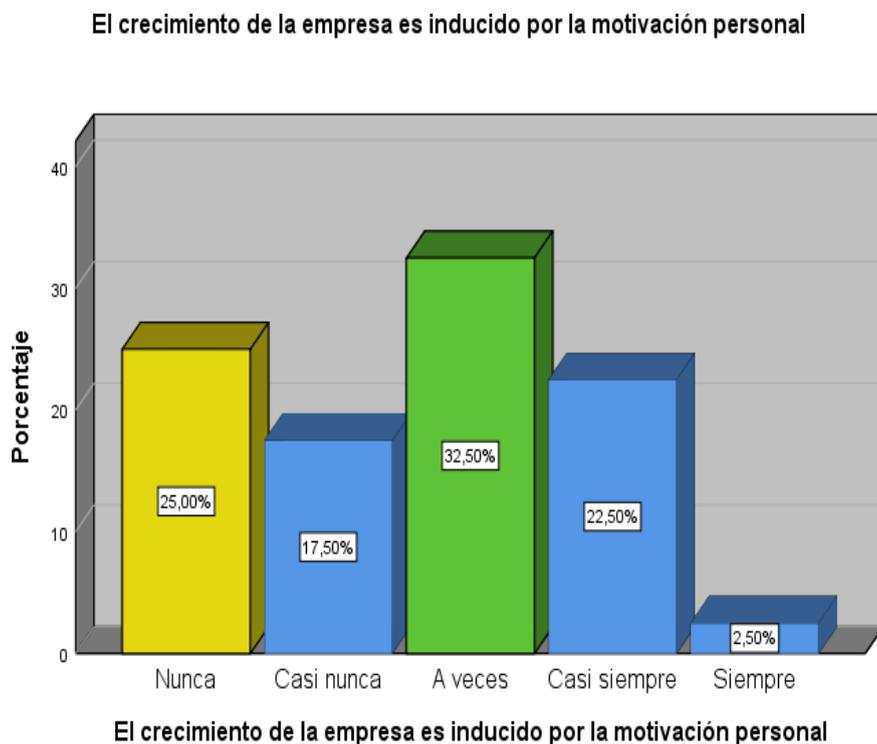
Tabla 86:

El crecimiento de la empresa es inducido por la motivación personal

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	10	25,0	25,0	25,0
	Casi nunca	7	17,5	17,5	42,5
	A veces	13	32,5	32,5	75,0
	Casi siempre	9	22,5	22,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 25:

Motivación personal



Interpretación: En el gráfico 25, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 25% manifestó que nunca El crecimiento de la empresa es inducido por la motivación personal, el 17,5% manifestó que casi nunca, el 32,5% manifestó que a veces El crecimiento de la empresa es inducido por la motivación personal, el 22,5% por ciento indica que casi siempre y el otro 2,5% responde que siempre.

Tabla 87:

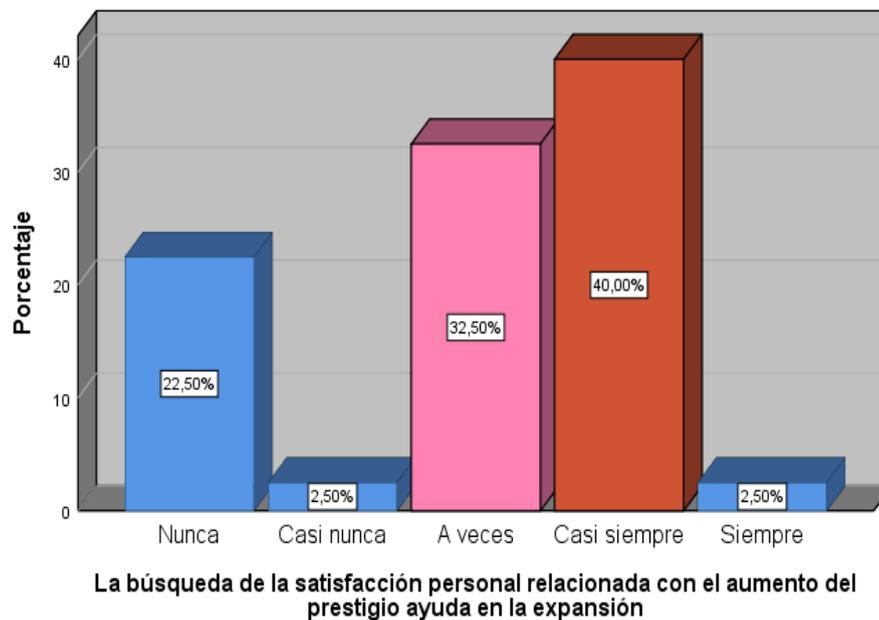
La búsqueda de la satisfacción personal relacionada con el aumento del prestigio ayuda en la expansión

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	9	22,5	22,5	22,5
Casi nunca	1	2,5	2,5	25,0
A veces	13	32,5	32,5	57,5
Casi siempre	16	40,0	40,0	97,5
Siempre	1	2,5	2,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 26:

Satisfacción personal

La búsqueda de la satisfacción personal relacionada con el aumento del prestigio ayuda en la expansión



Interpretación: En el gráfico 26, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 25% manifestó que nunca El crecimiento de la empresa es inducido por la motivación personal, el 17,5% manifestó que casi nunca, el 32,5% manifestó que a veces El crecimiento de la empresa es inducido por la motivación personal, el 22,5% por ciento indica que casi siempre y el otro 2,5% responde que siempre.

Tabla 88:

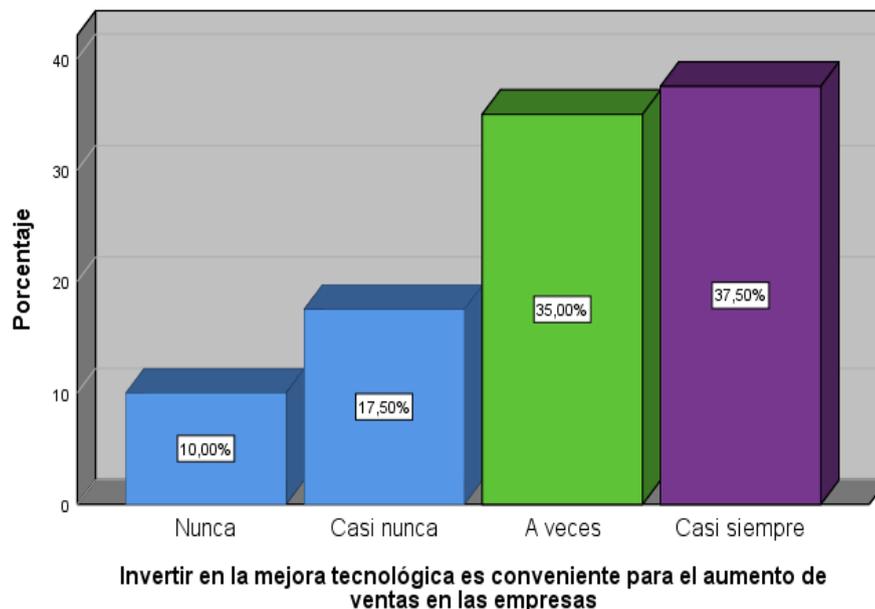
Invertir en la mejora tecnológica es conveniente para el aumento de ventas en las empresas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	10,0	10,0	10,0
	Casi nunca	7	17,5	17,5	27,5
	A veces	14	35,0	35,0	62,5
	Casi siempre	15	37,5	37,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 27:

Invertir en la mejora tecnológica

Invertir en la mejora tecnológica es conveniente para el aumento de ventas en las empresas



Interpretación: En el gráfico 27, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 10% manifestó que nunca Invertir en la mejora tecnológica es conveniente para el aumento de ventas en las empresas, el 17,5% manifestó que casi nunca, el 35% manifestó que a veces Invertir en la mejora tecnológica es conveniente para el aumento de ventas en las empresas, el 37,5% por ciento indica que casi siempre.

Tabla 89:

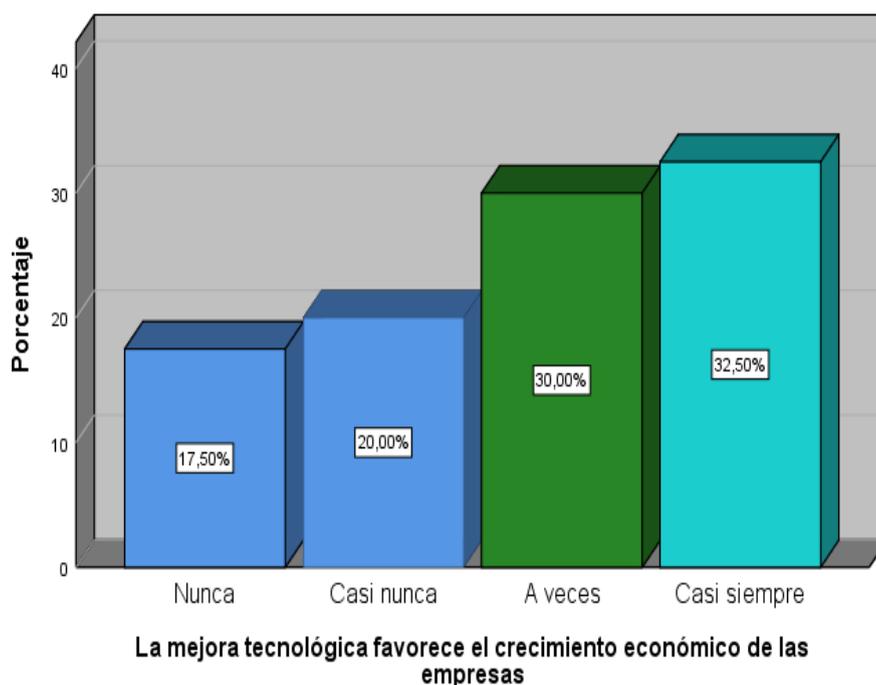
La mejora tecnológica favorece el crecimiento económico de las empresas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	17,5	17,5	17,5
	Casi nunca	8	20,0	20,0	37,5
	A veces	12	30,0	30,0	67,5
	Casi siempre	13	32,5	32,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 28:

La mejora tecnológica favorece el crecimiento.

La mejora tecnológica favorece el crecimiento económico de las empresas



Interpretación: En el gráfico 28, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 17,5% manifestó que nunca La mejora tecnológica favorece el crecimiento económico de las empresas, el 20% manifestó que casi nunca, el 30% manifestó que a veces La mejora tecnológica favorece el crecimiento económico de las empresas, el 32,5% por ciento indica que casi siempre.

Tabla 90:

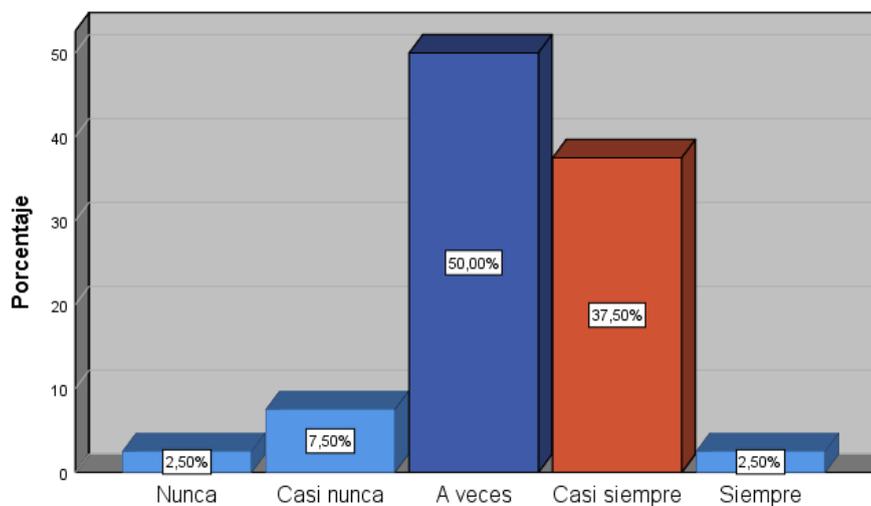
La empresa tiene estrategias comerciales que permite hacer frente a la competitividad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	3	7,5	7,5	10,0
	A veces	20	50,0	50,0	60,0
	Casi siempre	15	37,5	37,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 29:

La empresa tiene estrategias comerciales

La empresa tiene estrategias comerciales que permite hacer frente a la competitividad.



La empresa tiene estrategias comerciales que permite hacer frente a la competitividad.

Interpretación: En el gráfico 29, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 2,5% manifestó que nunca La empresa tiene estrategias comerciales que permite hacer frente a la competitividad, el 7,5% manifestó que casi nunca, el 50% manifestó que a veces La empresa tiene estrategias comerciales que permite hacer frente a la competitividad, el 37,5% por ciento indica que casi siempre y el otro 2,5% respondió que siempre.

Tabla 91:

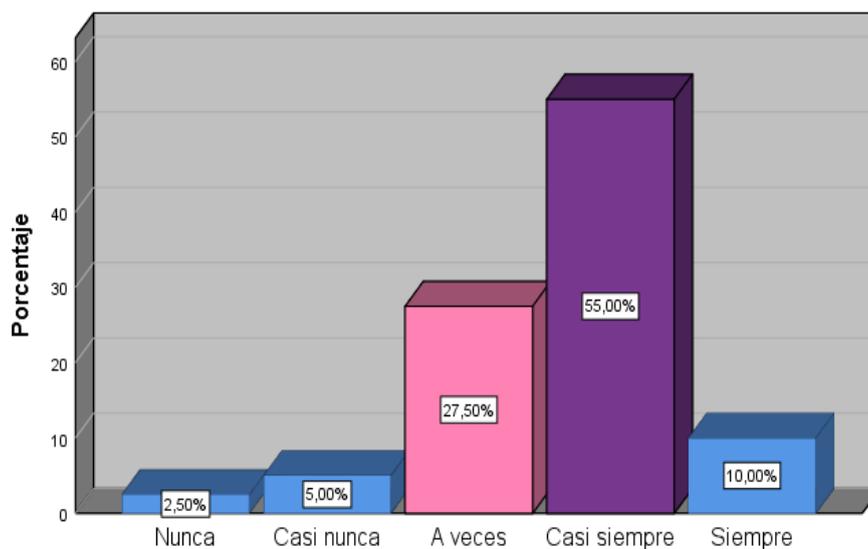
Para lograr ser más competitivo les da un valor agregado a sus productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	2	5,0	5,0	7,5
	A veces	11	27,5	27,5	35,0
	Casi siempre	22	55,0	55,0	90,0
	Siempre	4	10,0	10,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 30:

Valor agregado a los productos

Para lograr ser más competitivo le da un valor agregado a sus productos



Para lograr ser más competitivo le da un valor agregado a sus productos

Interpretación: En el gráfico 30, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 2,5% manifestó que nunca Para lograr ser más competitivo les da un valor agregado a sus productos, el 5% manifestó que casi nunca, el 27,5% manifestó que a veces Para lograr ser más competitivo le da un valor agregado a sus productos, el 55% por ciento indica que casi siempre y el otro 10% respondió que siempre.

Tabla 92:

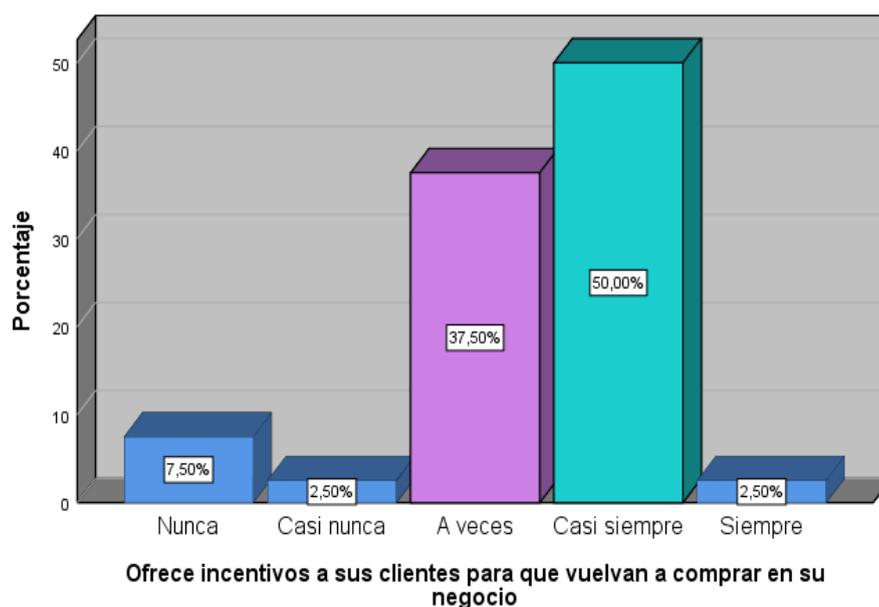
Ofrece incentivos a sus clientes para que vuelvan a comprar en su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	7,5	7,5	7,5
	Casi nunca	1	2,5	2,5	10,0
	A veces	15	37,5	37,5	47,5
	Casi siempre	20	50,0	50,0	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 31:

Fidelidad del comprador

Ofrece incentivos a sus clientes para que vuelvan a comprar en su negocio



Interpretación: En el gráfico 31, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 7,5% manifestó que nunca Es importante ganarse la fidelidad del comprador y así aumenten los clientes, el 2,5% manifestó que casi nunca, el 37,5% manifestó que a veces Es importante ganarse la fidelidad del comprador y así aumenten los clientes, el 50% por ciento indica que casi siempre y el otro 2,5% respondió que siempre.

Tabla 93:

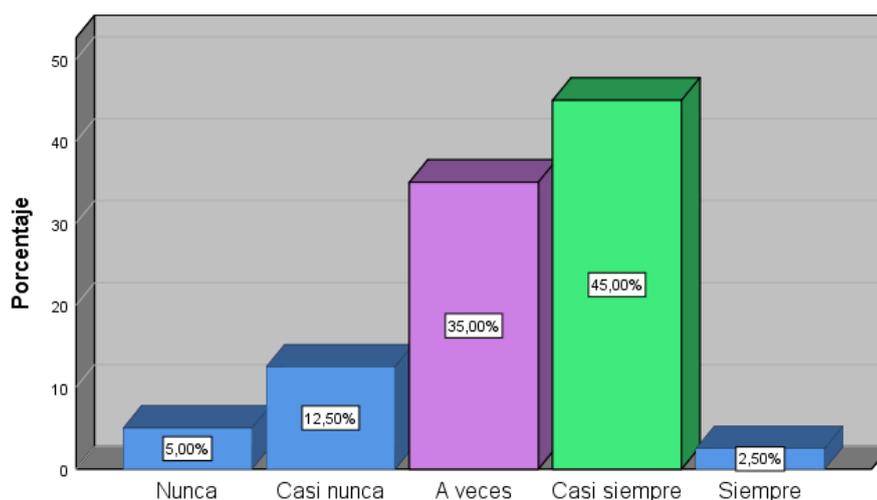
Cumple con los compromisos pactados con sus clientes sean implícitos o explícitos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	5,0	5,0	5,0
	Casi nunca	5	12,5	12,5	17,5
	A veces	14	35,0	35,0	52,5
	Casi siempre	18	45,0	45,0	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 32:

El aumento de las ventas

Cumple con los compromisos pactados con sus clientes sean implícitos o explícitos.



Cumple con los compromisos pactados con sus clientes sean implícitos o explícitos.

Interpretación: En el gráfico 32, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 5% manifestó que nunca El aumento de las ventas indica que las empresas ganaron más clientes y representa un crecimiento favorable para la empresa, el 12,5% manifestó que casi nunca, el 35% manifestó que a veces El aumento de las ventas indica que las empresas ganaron más clientes y representa un crecimiento favorable para la empresa, el 45% por ciento indica que casi siempre y el otro 2,5% respondió que siempre.

Tabla 94:

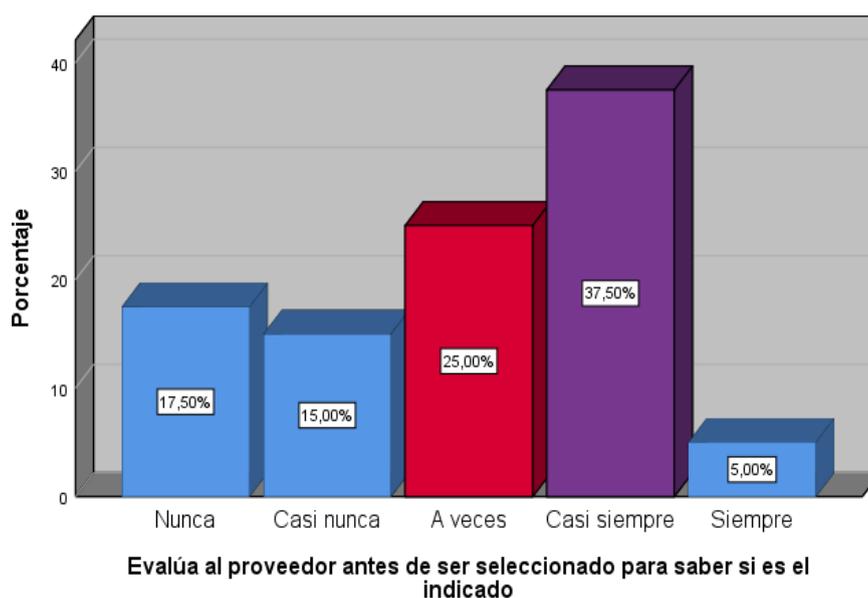
Evalúa al proveedor antes de ser seleccionado para saber si es el indicado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	17,5	17,5	17,5
	Casi nunca	6	15,0	15,0	32,5
	A veces	10	25,0	25,0	57,5
	Casi siempre	15	37,5	37,5	95,0
	Siempre	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 33:

Evaluar al proveedor

Evalúa al proveedor antes de ser seleccionado para saber si es el indicado



Interpretación: En el gráfico 33, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 17,5% manifestó que nunca Evalúa al proveedor antes de ser seleccionado para saber si es el indicado, el 15% manifestó que casi nunca, el 25% manifestó que a veces Evalúa al proveedor antes de ser seleccionado para saber si es el indicado, el 37,5% por ciento indica que casi siempre y el otro 5% respondió que siempre.

Tabla 95:

Para elegir a sus proveedores realizan una búsqueda estratégica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	10,0	10,0	10,0
	Casi nunca	4	10,0	10,0	20,0
	A veces	13	32,5	32,5	52,5
	Casi siempre	17	42,5	42,5	95,0
	Siempre	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 34:

Búsqueda estratégica



Interpretación: En el gráfico 34, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 10% manifestó que nunca Para elegir a sus proveedores realizan una búsqueda estratégica, el 10% manifestó que casi nunca, el 32,5% manifestó que a veces Para elegir a sus proveedores realizan una búsqueda estratégica, el 42,5% por ciento indica que casi siempre y el otro 5% respondió que siempre.

Tabla 96:

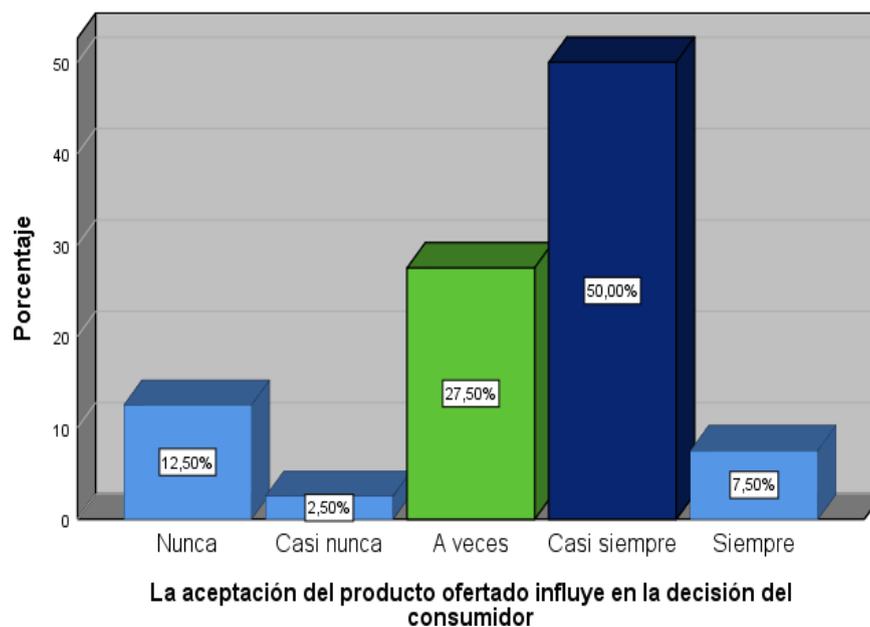
La aceptación del producto ofertado influye en la decisión del consumidor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	12,5	12,5	12,5
	Casi nunca	1	2,5	2,5	15,0
	A veces	11	27,5	27,5	42,5
	Casi siempre	20	50,0	50,0	92,5
	Siempre	3	7,5	7,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 35:

Aceptación del producto ofertado

La aceptación del producto ofertado influye en la decisión del consumidor



Interpretación: En el gráfico 35, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 12,5% manifestó que nunca La aceptación del producto ofertado influye en la decisión del consumidor, el 2,5% manifestó que casi nunca, el 27,5% manifestó que a veces La aceptación del producto ofertado influye en la decisión del consumidor, el 50% por ciento indica que casi siempre y el otro 7,5% respondió que siempre.

Tabla 97:

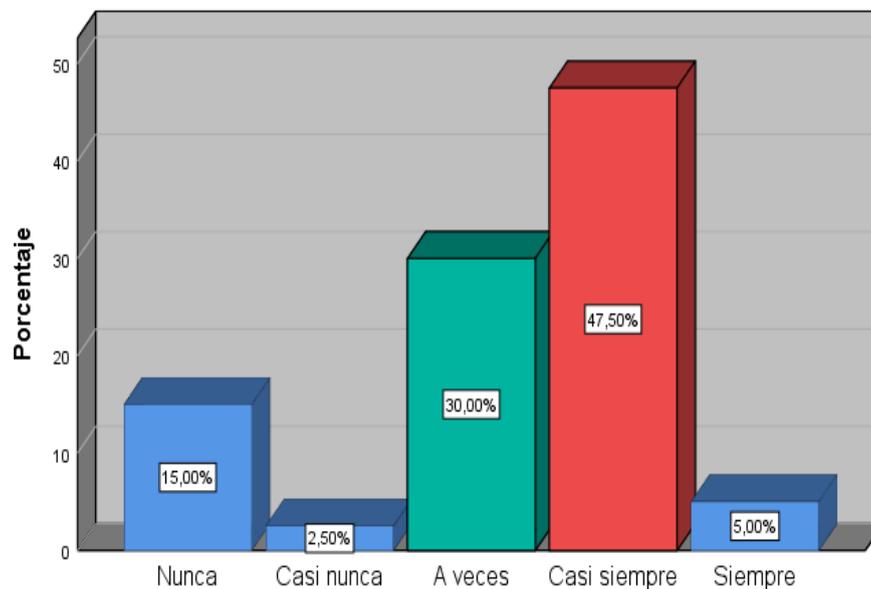
El crecimiento de la demanda genera el aumento de los puntos de venta

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	15,0	15,0	15,0
	Casi nunca	1	2,5	2,5	17,5
	A veces	12	30,0	30,0	47,5
	Casi siempre	19	47,5	47,5	95,0
	Siempre	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 36:

Crecimiento de la demanda

El crecimiento de la demanda genera el aumento de los puntos de venta



El crecimiento de la demanda genera el aumento de los puntos de venta

Interpretación: En el gráfico 36, se muestra el resultado de la siguiente manera; el 15% manifestó que nunca la demanda genera el acrecentamiento de los puntos de venta, el 2,5% manifestó que casi nunca, el 30% manifestó que a veces la demanda genera la ampliación de los puntos de venta, el 47,5% por ciento indica que casi siempre y el otro 5% respondió que siempre.

Tabla 98:

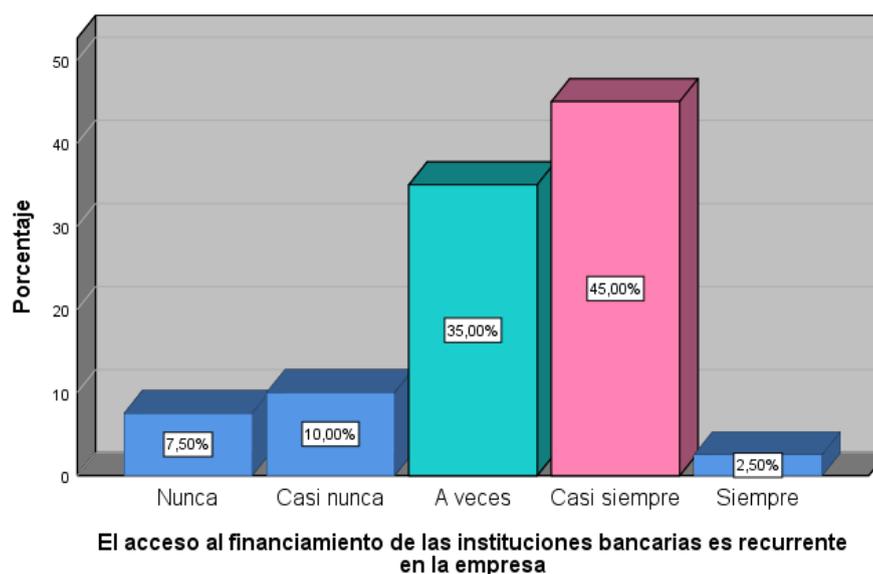
El acceso al financiamiento de las instituciones bancarias es recurrente en la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	7,5	7,5	7,5
	Casi nunca	4	10,0	10,0	17,5
	A veces	14	35,0	35,0	52,5
	Casi siempre	18	45,0	45,0	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 37:

Acceso al financiamiento

El acceso al financiamiento de las instituciones bancarias es recurrente en la empresa



Interpretación: En el gráfico 37, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 7,5% manifestó que nunca El acceso al financiamiento de las instituciones bancarias es recurrente en la empresa, el 10% manifestó que casi nunca, el 35% manifestó que a veces El acceso al financiamiento de las instituciones bancarias es recurrente en la empresa, el 45% por ciento indica que casi siempre y el otro 2,5% respondió que siempre.

Tabla 99:

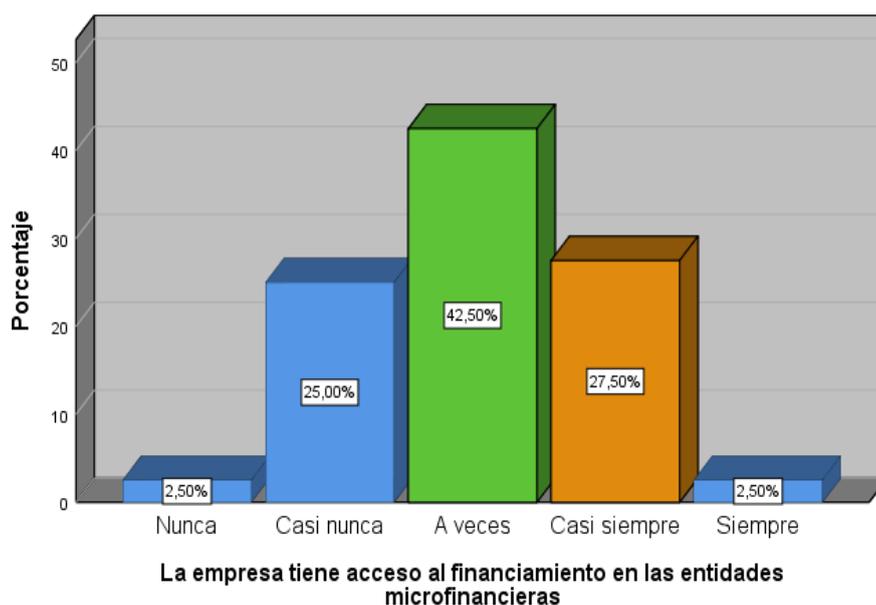
La empresa tiene acceso al financiamiento en las entidades microfinancieras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	10	25,0	25,0	27,5
	A veces	17	42,5	42,5	70,0
	Casi siempre	11	27,5	27,5	97,5
	Siempre	1	2,5	2,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 38:

Financiamiento en las entidades microfinancieras

La empresa tiene acceso al financiamiento en las entidades microfinancieras



Interpretación: En el gráfico 38, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 2,5% manifestó que nunca La empresa tiene acceso al financiamiento en las entidades microfinancieras, el 25% manifestó que casi nunca, el 42,5% manifestó que a veces La empresa tiene acceso al financiamiento en las entidades microfinancieras, el 27,5% por ciento indica que casi siempre y el otro 2,5% respondió que siempre.

Tabla

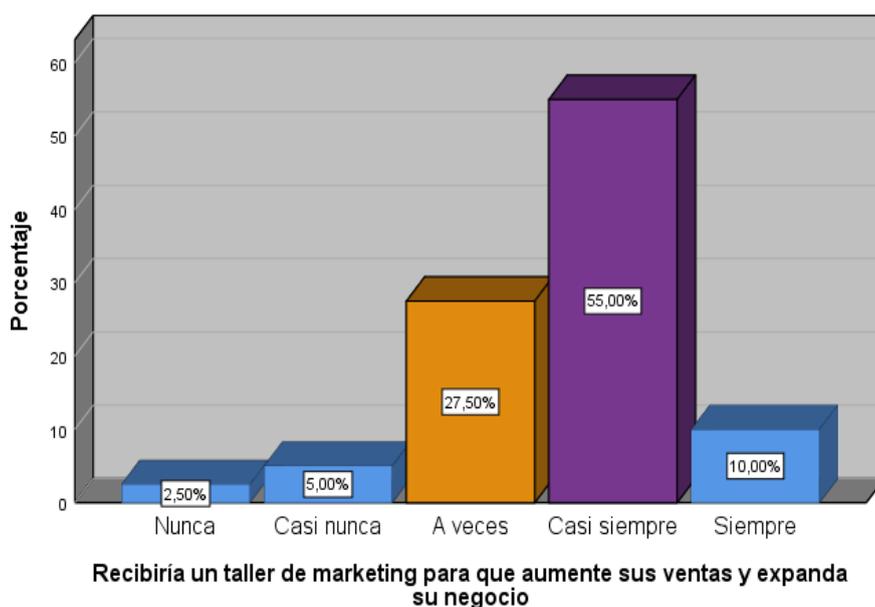
Recibiría un taller de marketing para que aumente sus ventas y expanda su negocio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	2	5,0	5,0	7,5
	A veces	11	27,5	27,5	35,0
	Casi siempre	22	55,0	55,0	90,0
	Siempre	4	10,0	10,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 39:

Taller de marketing para el aumento de ventas

Recibiría un taller de marketing para que aumente sus ventas y expanda su negocio



Interpretación: En el gráfico 39, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 2,5% manifestó que nunca Recibiría un taller de marketing para que aumente sus ventas y expanda su negocio, el 5% manifestó que casi nunca, el 27,5% manifestó que a veces Recibiría un taller de marketing para que aumente sus ventas y expanda su negocio, el 55% por ciento indica que casi siempre y el otro 10% respondió que siempre.

Tabla

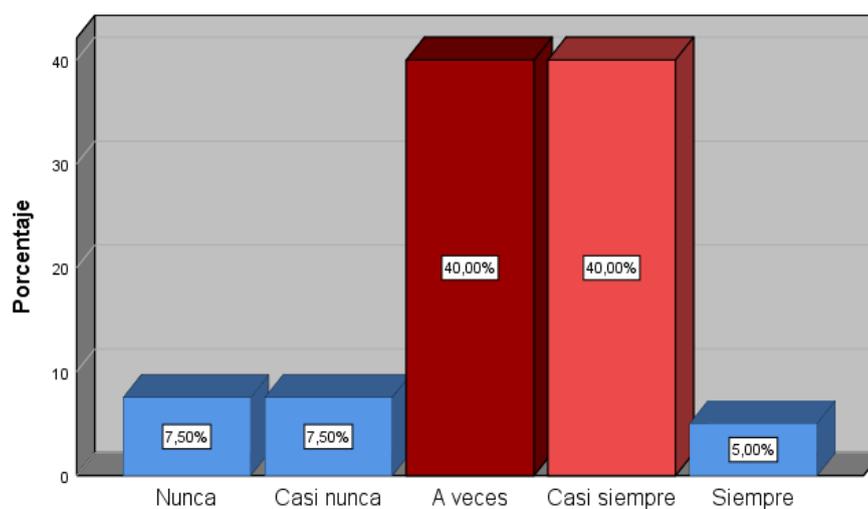
Considera que es difícil competir con los negocios informales, si no dispone de recursos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	7,5	7,5	7,5
	Casi nunca	3	7,5	7,5	15,0
	A veces	16	40,0	40,0	55,0
	Casi siempre	16	40,0	40,0	95,0
	Siempre	2	5,0	5,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Gráfico N° 40:

Competir con los negocios informales

Considera que es difícil competir con los negocios informales, si no dispone de recursos.



Considera que es difícil competir con los negocios informales, si no dispone de recursos.

Interpretación: En el gráfico 40, se muestra el resultado descriptivo de la siguiente manera; el 7,5% manifestó que nunca Considera que es difícil competir con los negocios informales, si no dispone de recursos, el 7,5% manifestó que casi nunca, el 40% manifestó que a veces Considera que es difícil competir con los negocios informales, si no dispone de recursos, el 40% por ciento indica que casi siempre y el otro 5% respondió que siempre.

ANEXO 5: CUADRO DE MATRIZ DE OPERACIONALIZACION

Financiamiento y crecimiento empresarial en las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús en av. los jardines este de San Juan de Lurigancho, año 2019

HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	Ítems	Escala
Existe relación entre financiamiento y crecimiento empresarial de las mypes del centro comercial sagrado corazón de Jesús Av., Lima Este del distrito de san Juan de Lurigancho, año 2019	Financiamiento	Según Rodés (2018).El financiamiento es la manera como obtener los recursos que se necesiten para crear una empresa o cualquier proyecto, el cual incurre en costos determinados. Para que el negocio empiece con sus actividades debe financiarse para conseguir los recursos que va a necesitar para ser puesta en marcha y para otros gastos que al inicio puedan surgir en las compañías. Se define a las fuentes de financiamiento como diversas maneras que se utilizan para conseguir los recursos financieros.	Financiamiento externo	financiamiento de proveedores	1 – 4 - 5 – 6	1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre
				Financiamiento entidades financieras	2 – 3 – 7 – 8 – 9	
				Préstamos terceros	10 – 11	
			Financiamiento interno	Aporte del propietario	12 – 13 – 19	
				Reinversión de fondos ganados a corto plazo	14 – 15 – 18	
				Reserva de capital	16 – 17 – 20	
	Crecimiento Empresarial	Según Diez, Castro y Montoro (2012) El crecimiento empresarial aumenta su tamaño de algún modo, tal como el número de empleados, más activos bajo su propiedad, incremento de los clientes atendido, un incremento en las ventas de la empresa, etc. El crecimiento empresarial está muy relacionado con el ámbito de la empresa, pues como ya se comentó, ampliar el ámbito generalmente -salvo en reestructuración -un crecimiento empresarial. No obstante, las empresas también pueden crecer manteniéndose en el mismo ámbito donde están, consolidando su posición. (p. 152)	Factor interno	Calidad del producto	21 – 22 – 40	
				Tamaño empresarial	23 – 24	
				Motivación empresarial	25 – 26	
				Mejora tecnológica	27 – 28	
			Factor externo	Competitividad	29 – 30	
				Aumento de Clientes	31 – 32	
				Incremento de Proveedores	33 – 34	
				Crecimiento de Demanda	35 – 36 – 39	
				Accesibilidad a financiamiento	37 – 38	

ANEXO 6: INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS

Tabla 49:

Escala de Likert

N	ESCALA
1	NUNCA
2	CASI NUNCA
3	A VECES
4	CASI SIEMPRE
5	SIEMPRE

Fuente: Elaboración propia

En la *Tabla 1* se observa la escala de Likert la cual fue usada para la medición del instrumento, contando con 5 opciones para contestar en donde 1 equivale a nunca y es el de menor valor y 5 equivale a siempre siendo el de mayor valor.

ANEXO 7: VALIDEZ

Tabla 50:

Juicio de expertos

Grado	Nombre de los expertos	Especialista
Magister	Mg. Claudio Sánchez Nuñez	Temático
Magister	Mg. Marcelo Gonzales Matos	Temático
Magister	Mg. Jorge Collahua Enciso	Temático

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 8: CONFIABILIDAD

Tabla 51:

Análisis de Fiabilidad

Variables	Estadísticas de fiabilidad	
	Alfa de Cronbach	N de elementos
Financiamiento	,854	20
Crecimiento empresarial	,792	20
Financiamiento y crecimiento empresarial	,908	40

Interpretación: el valor del Alfa de Cronbach mientras más se acerque al 1 que es el valor preferente, habrá más fiabilidad de la escala. (Dependiendo de la fuente) si el alfa es superior a 0.7 es suficiente para que sea considerado fiable. Nuestro instrumento nos dio un resultado de 0.848 de fiabilidad para financiamiento y para crecimiento empresarial salió un resultado de 0.787, se deduce que es confiable. Para ambas variables tenemos una confiabilidad de 0.907 por lo que el instrumento es fiable.