

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA



TESIS

**LAS ESTRATEGIAS FINANCIERAS Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO
EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL TEXTIL EN EL EMPORIO
DE GAMARRA ENTRE LOS AÑOS 2010 Y 2011**

PRESENTADO POR LA BACHILLER

CARLA LIZETH CUBA CANDIA

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA**

LIMA, PERÚ

2019

La presente tesis se lo dedico principalmente a Dios, por ser mi motor y motivo. A mis padres, por el gran esfuerzo que me han dedicado, y a todas las personas que me fueron apoyando en el trayecto.

Agradecimientos

A mis padres, por ser mi ejemplo de trabajo, honradez y perseverancia para cumplir hoy, un sueño más.

A mis hermanos, tíos y abuelita, por motivarme, ser cómplices y confiar en mí.

A la Universidad, por forjarme como profesional y persona en valores.

Introducción

En la actualidad, las micro y pequeñas empresas a nivel mundial se encuentran en constantes cambios por los progresos en tecnología e infraestructura, empezando por las personas quienes dirigen la organización que poseen y cuentan con las habilidades en gestión del rubro financiero exigidos por el mercado para ser más competitivos, manteniendo un crecimiento sostenible, generando mayores utilidades para los dueños de la empresa y beneficios a la población en general.

Sin embargo, en el sector comercial textil de gamarra en Perú, existe otro panorama donde los empresarios y trabajadores aún en estos tiempos de cambios y tecnologías innovadoras, no realizan las buenas prácticas de gestión principalmente en el rubro financiero, siendo negocios de actividad básica, quiere decir que sus flujos financieros y ganancia están entorno a recuperar el “gasto” a corto plazo, dejando la planeación, organización, dirección y control al plano secundario.

Por otro lado, desconocen la elaboración y planteamiento de las estrategias financieras a lo largo del tiempo, trazando objetivos y metas para contribuir con el crecimiento empresarial. Para lograr todo ello se debe hacer uso de la inteligencia financiera que algunos poseen ya sea en conocimientos y destreza, siendo capaces también de aplicar la experiencia requerida ya sea por su trayectoria o asistencia a cursos y/o capacitaciones.

En la presente tesis se detalla cómo puede llegar a influir las estrategias financieras en el crecimiento empresarial, en primera instancia para las MyPEs del sector comercial textil en el emporio de Gamarra, segunda instancia se elabora el marco teórico conceptual de la investigación; en tercera, planteamiento de las hipótesis y variables; cuarta, se detalla el método, con su respectivo procedimiento; quinto, se explica los análisis de resultados y discusión y para finalizar, la sexta, donde se plantea las conclusiones y recomendaciones.

Índice

Dedicatoria.....	II
Agradecimientos.....	III
Introducción.....	IV
Índice.....	V
Lista de tablas.....	VII
Lista de figuras.....	IX
Resumen.....	X
Abstract.....	XI
CAPÍTULO I	1
Planteamiento del Estudio.....	1
1.1. Formulación del Problema.....	8
Problema principal:.....	8
Problemas específicos:.....	8
1.2. Objetivo General y Específicos.....	8
Objetivo general:.....	8
Objetivos específicos:.....	9
1.3. Justificación e Importancia del Estudio.....	9
1.4. Alcances y Limitaciones.....	10
Alcances.....	10
Limitaciones.....	10
CAPÍTULO II	11
Marco Teórico - Conceptual.....	11
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	11
Antecedentes de investigaciones nacionales.....	11
Antecedentes de investigaciones internacionales.....	18
2.2. Bases Teórico–Científicos.....	24
Teoría de las estrategias financieras.....	24
Teoría del crecimiento empresarial.....	30
2.3. Definición de Términos Básicos.....	36

CAPÍTULO III	40
Hipótesis y Variables	40
3.1. Hipótesis y/o Supuestos Básicos	40
Hipótesis principal.....	40
Hipótesis específicas.....	40
3.2. Identificación de Variables o Unidades de Análisis.....	40
3.3. Matriz Lógica de Consistencia.....	401
CAPÍTULO IV	43
4.1. Tipo y Método de Investigación.....	43
4.2. Diseño Específico de Investigación	43
4.3. Población y Muestra.....	44
4.4. Instrumentos de Recogida de Datos	466
4.5. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	477
4.6. Procedimiento para la Ejecución del Estudio.....	477
Agentes diversos:.....	477
Recursos:	477
Políticas del estudio:	488
Descripción de los pasos:	488
CAPÍTULO V	499
Resultados y Discusión	499
5.1. Datos Cuantitativos:	499
Análisis univariado de los datos	499
5.2. Análisis de Resultados	799
5.3. Discusión de Resultados.....	944
CAPÍTULO VI	96
Conclusiones y Recomendaciones.....	966
6.1. Conclusiones	966
6.2. Recomendaciones.....	988
REFERENCIAS	100
APÉNDICES	103

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Escala de medición de tipo Likert</i>	466
Tabla 2 <i>Edad de personas encuestadas</i>	50
Tabla 3 <i>Sexo de las personas encuestadas</i>	511
Tabla 4 <i>Cargo que desempeñan las personas encuestadas</i>	522
Tabla 5 <i>Años en el negocio de los encuestados</i>	533
Tabla 6 <i>Años en el rubro de los encuestados</i>	544
Tabla 7 <i>Es importante manejar bien el dinero</i>	555
Tabla 8 <i>Tiene estrategias financieras en el negocio</i>	566
Tabla 9 <i>Sabes lo importante que es manejar tus finanzas</i>	577
Tabla 10 <i>Sabes lo importante que es manejar tus finanzas</i>	588
Tabla 11 <i>Su experiencia es suficiente para dirigir y manejar bien las finanzas de su negocio</i>	599
Tabla 12 <i>El negocio es fruto de su esfuerzo y experiencia</i>	60
Tabla 13 <i>Asiste a capacitaciones que le ayudan a mejorar el manejo de su negocio</i>	611
Tabla 14 <i>La última vez que asistió a una capacitación tuvo que ver en el rubro de su actividad</i>	622
Tabla 15 <i>Tengo claro las metas que quiero lograr con mi negocio este año</i>	633
Tabla 16 <i>Cómo quisieras ver tus finanzas del negocio en el futuro, mejor</i>	644
Tabla 17 <i>Tiene pensado que metas quieres lograr en el negocio dentro de 2 años</i>	655
Tabla 18 <i>Dentro de 2 años, ¿Te verás como una empresa grande</i>	666
Tabla 19 <i>La diferencia que tienes con otros negocios es por la calidad de tus productos</i>	677
Tabla 20 <i>La diferencia que tienes con otros negocios es por los diseños de sus prendas que cumplan las necesidades de los clientes</i>	688
Tabla 21 <i>Realizas negocios con tus proveedores a fin de obtener buenos costos</i>	699
Tabla 22 <i>Tienes acuerdos comerciales con otros negocios similares a la tuya a fin de mejorar sus productos</i>	70
Tabla 23 <i>La demanda de tus productos se da por los buenos precios que ofreces</i>	71
Tabla 24 <i>Defines los precios de tus productos en base a tus costos</i>	722
Tabla 25 <i>Su personal está capacitado para ofrecer una buena atención de calidad</i>	733
Tabla 26 <i>Las instalaciones del área de atención al cliente son buenas</i>	744
Tabla 27 <i>Los equipos que utilizas en tu producción son las adecuadas para el trabajo</i>	755
Tabla 28 <i>Realizas mantenimientos a tus equipos para no interferir en la producción</i>	766
Tabla 29 <i>Tú negocio cuenta con los recursos suficientes para la producción y este cree nuevos productos</i>	777
Tabla 30 <i>En las campañas por estaciones o días feriados, produces más, menos o igual</i>	788
Tabla 31 <i>Modelo de tabla de contingencia o de frecuencia bidimensional</i>	799
Tabla 32 <i>Habilidades financieras (P1) * Desarrollo de empresas (P13)</i>	833
Tabla 33 <i>Pruebas de chi-cuadrado Nro. 01</i>	833
Tabla 34 <i>Habilidades financieras (P3) * Ventas (P18)</i>	844
Tabla 35 <i>Pruebas de chi-cuadrado Nro. 02</i>	855

Tabla 36 <i>Gestión empresarial (P6) * Desarrollo de empresas (P13)</i>	866
Tabla 37 <i>Pruebas de chi-cuadrado Nro. 03</i>	866
Tabla 38 <i>Gestión empresarial (P6) * Uso de tecnología (P23)</i>	888
Tabla 39 <i>Pruebas de chi-cuadrado Nro. 04</i>	899
Tabla 40 <i>Visión a plazo (P10) * Desarrollo de empresas (P13)</i>	90
Tabla 41 <i>Pruebas de chi-cuadrado Nro. 05</i>	911
Tabla 42 <i>Visión a plazo (P11) * Desarrollo de empresas (P13)</i>	911
Tabla 43 <i>Pruebas de chi-cuadrado Nro. 06</i>	922

Lista de Figuras

Figura 1. MyPEs que participaron en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión y cursos seguidos, 2010.....	3
Figura 2. Último nivel de estudio del propietario de la empresa, 2011.....	5
Figura 3. MyPEs que asistieron a eventos de capacitación relacionados a la gestión empresarial y temas tratados en el 2010.....	5
Figura 4. Motivos por los que no se capacitaron los conductores de las MYPES en eventos de gestión empresarial, según capital departamental, 2010.....	6
Figura 5. Edad de los encuestados.....	50
Figura 6. Porcentaje de sexo de las personas encuestadas.....	51
Figura 7. Cargo que desempeñan las personas encuestadas	52
Figura 8. Años en negocio de las personas encuestadas.....	53
Figura 9. Años en el rubro de las personas encuestadas.....	54
Figura 10. Es importante manejar bien el dinero.....	55
Figura 11. Estrategias financieras en el negocio.....	56
Figura 12. Sabes lo importante que es manejar tus finanzas	57
Figura 13. Tienes la habilidad de mejorar los ingresos de la empresa.	58
Figura 14. Su experiencia es suficiente para dirigir y manejar bien las finanzas de su negocio.	59
Figura 15. El negocio es fruto de su esfuerzo y experiencia..	60
Figura 16. Asiste a capacitaciones que le ayudan a mejorar el manejo de su negocio	61
Figura 17. La última vez que asistió a una capacitación tuvo que ver en el rubro de su activ....	62
Figura 18. ¿Tengo claro las metas que quiero lograr con mi negocio este año?	63
Figura 19. ¿Cómo quisieras ver tus finanzas del negocio en el futuro, mejor?	64
Figura 20. ¿Tiene pensado que metas quieres lograr en el negocio dentro de 2 años?	65
Figura 21. Dentro de 2 años, ¿Te verás como una empresa grande?.....	66
Figura 22. ¿La diferencia que tienes con otros negocios es por la calidad de tus productos?.....	67
Figura 23. ¿La diferencia que tienes con otros negocios es por los diseños de sus prendas que cumplan las necesidades de los clientes?.....	68
Figura 24. ¿Realizas negocios con tus proveedores a fin de obtener buenos costos?	69
Figura 25. ¿Tienes acuerdos comerciales con otros negocios similares a la tuya a fin de mejorar sus productos?.....	70
Figura 26. ¿La demanda de tus productos se da por los buenos precios que ofreces?..	71
Figura 27. ¿Defines los precios de tus productos en base a tus costos?	72
Figura 28. ¿Su personal está capacitado para ofrecer una buena atención de calidad?.....	73

Figura 29. ¿Las instalaciones del área de atención al cliente son buenas?.....	74
Figura 30. ¿Los equipos que utilizas en tu producción son las adecuadas para el trabajo?..	75
Figura 31. ¿Realizas mantenimientos a tus equipos para no interferir en la producción?.....	76
Figura 32. ¿Tú negocio cuenta con los recursos suficientes para la producción y este cree nuevos productos?	77
Figura 33. ¿En las campañas por estaciones o días feriados, produces más, menos o igual?.	78
Figura 34. Aplicaciones de Estadística.	81
Figura 35. Resumen de las consistencias.....	94

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo principal: Determinar si las estrategias financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.

La metodología aplicada es de tipo no experimental, presentando un enfoque cuantitativo de nivel descriptivo correlacional, siendo tratada estadísticamente mediante la obtención de cuadros y gráficos estadísticos. Asimismo, será de corte transversal ya que la investigación estudiará el problema en un solo periodo de los años 2010 y 2011.

La muestra estuvo conformada por 41 negocios de Gamarra. De quienes se aplicó una encuesta basada en 24 preguntas con escalas de medición - tipo LIKERT de cinco categorías en gradiente.

El análisis y procesamiento de datos se obtendrá utilizando el programa Microsoft Excel y el software estadístico SPSS (IBM Statistics versión 23), para obtener las correlaciones de las dimensiones (tablas cruzadas), cuadros de distribución y frecuencias establecidas con la prueba estadística Chi Cuadrado por el método de significación asimétrica bilateral: $p \leq 0.005$. Defiriendo que si existe incidencia entre las variables: estrategias financieras y crecimiento empresarial.

Por tales motivos, se realizan las conclusiones y recomendaciones según las bases teóricas y discusión de resultados.

Palabras clave: Estrategias financieras y Crecimiento empresarial.

Abstract

The main objective of this research work is: To determine the independence of financial strategies with the business growth of the mypes of the Commercial Textile Sector in the Gamarra emporium between the years 2010 and 2011.

The methodology applied is of an experimental type, presenting a quantitative approach of correlational descriptive level, being treated statistically by obtaining statistical tables and graphs. It will also be cross-sectional since the investigation will study the problem in a single period of 2010 and 2011.

The sample consisted of 41 Gamarra businesses. From those who applied a survey based on 24 questions with LIKERT measurement scales of five gradient categories.

The analysis and processing will be obtained using the Microsoft Excel program and the statistical software SPSS (IBM Statistics version 23), to obtain the correlations of the dimensions (cross tables), distribution tables and frequencies established with the Chi Square statistical test by the method of bilateral asymmetric significance: $p < 0.005$. Affirming that there is an association of dependence between the variables: financial strategies and business growth.

For these reasons, the conclusions and recommendations are made according to the theoretical bases and discussion of results.

Keywords: Financial strategies and business growth.

CAPÍTULO I

Planteamiento Del Estudio

Las empresas en el mundo son muy competitivas debido a la globalización, cada una en busca de la mejora en calidad de sus productos y servicios que ofrecen, todo ello para estar a nivel o mejor que la competencia.

En la actualidad los conceptos y aplicaciones modernas de la administración, es diseñar e implementar estrategias financieras para lograr objetivos y obtener mayores beneficios, proyectando metas que influyen en el área de las finanzas, según habilidades que poseen los altos directivos o dueños de las empresas, analizando y gestionando la toma de decisiones financieras, buscando la innovación de tecnología e infraestructura acorde al mercado.

La realidad de los empresarios en las MyPEs peruanas en el emporio comercial de gamarra es otra, puesto que no formulan sus estrategias financieras, siendo unidades de negocio que conforman parte de la economía peruana.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2018) en el Perú existen 2 millones 332 mil 218 de empresas de las cuales más del 95% están en el régimen Mype. De acuerdo con el reporte anual Doing Business del Banco Mundial (2019), el Perú ocupó el puesto 51 de 190 economías en el pilar protección de los inversionistas minoritarios. Es importante reconocer la importancia de la micro y pequeña empresa para la dinámica económica del Perú, dada su alta tasa de concentración y alto grado de correlación con el emprendimiento. (Noreña Chávez, 2019, p. 1)

En este emporio, existe mucho potencial en el sector comercial del rubro textil, en la mayoría informales, sin embargo en los últimos años el emporio Comercial de Gamarra viene siendo invadido por textiles y ropa de origen Chino. El gigante asiático es uno de los principales

proveedores de prendas en el Perú, representando el 70% del total de las importaciones que ingresan al país desde la firma del TLC entre Perú y China vigente desde el 01 de febrero del año 2010, “Y es que el Perú en estos años vive una verdadera “invasión” de textiles chinos. Según cifras oficiales, entre el 2005 y el 2008, las importaciones de confecciones chinas crecieron 330%, pasando de US\$ 36 a 158 millones” (La República, 2008).

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (2012) afirma “La productividad de las MyPEs estudiadas en el año 2010 (1.4%) disminuyó en 0.3 puntos porcentuales, respecto al índice del año 2009 (1.7%)” (p. 69).

Tras la firma del Tratado de Libre Comercio Perú – China se vivió gran cantidad de caídas en este sector que causó el cierre de muchos negocios y aumento del desempleo debido a los textiles y prendas de vestir Chinos, que constituyen uno de los productos de importación que más conflicto ha generado en el comercio internacional debido a sus costos y precios bajos que utilizan en su producción y comercialización. El Perú exporta commodities y China productos manufacturados

Las MyPEs de Gamarra no logran un crecimiento empresarial en el sector comercial textil, por constantes bajas en la rentabilidad y alteraciones en la calidad de los productos.

La mayoría de los empresarios en el emporio no saben realizar bien los cálculos para medir la rentabilidad que necesitan obtener, olvidando diseñar sus propias estrategias financieras y este como resultado de un análisis de riesgos internos por la falta de planeación, organización, dirección y control, y aún más los riesgos externos como realizar alianzas estratégicas entre las empresas del mismo rubro o de conocimiento del mercado.

Actualmente muchas MyPEs de gamarra no innovan tanto en estrategias como en tecnología, pues ellos cuentan con maquinarias y equipos obsoletos.

En el año 2010, el 4.8% de los empresarios de las MyPEs declararon que habían participado en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión de su empresa.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (2012) menciona a “Los eventos que más asistieron los conductores son Calidad total (23.3%), le siguen Sistema de Gestión de calidad (13.9%), Administración de relaciones con clientes – CRM (13.1%) y Planificación de recursos empresariales – ERP (11.6%)” (p. 17).

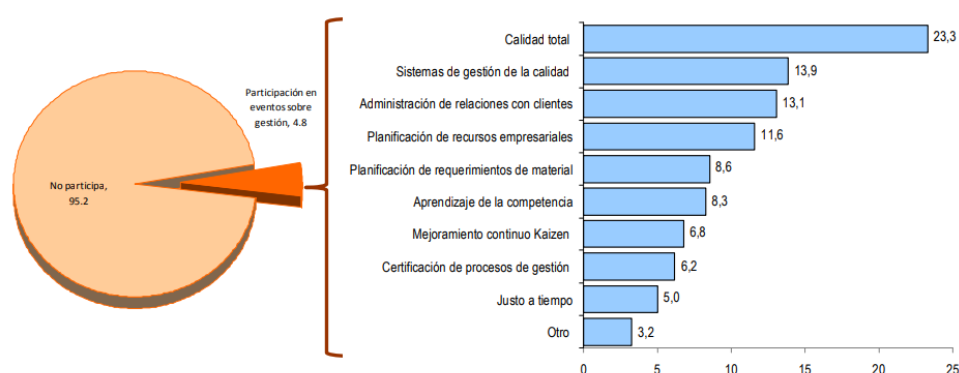


Figura 1. MyPEs que participaron en eventos de servicios sobre nuevas tecnologías para la gestión y cursos seguidos, 2010. Fuente: INEI – Encuesta de Micro y Pequeña Empresa 2011.

Los principales problemas que se identificaron en este emporio son: ventas bajas por la gestión empresarial que impiden el crecimiento sostenible y por otra parte, escasa inteligencia financiera en conocimientos y habilidades en estrategias financieras que poseen los empresarios, quienes muchas veces no saben cómo enfrentar a la competencia por los precios y costos bajos que ofrece el mercado de China, a veces no pagan aranceles por importar sus productos finales aplicando precios dumping que trae consigo conflictos en el Comercio Internacional por sus prácticas desleales que utilizan en su producción y comercialización.

En estos últimos años, en Gamarra se han creado varias MyPEs, pero por la falta de capacidad en expansión, desaparecieron. Los empresarios muchas veces no fijan las consecuencias futuras y su medio para diferenciarse en el mercado.

En la mayoría de empresas que forman parte del conglomerado comercial de Gamarra, la Gestión empresarial es empírica, quiere decir que los empresarios en varias ocasiones no aplican lo aprendido ya sea por conocimientos o experiencia adquirida para mejorar la situación económica de los negocios, y no suelen asistir a capacitaciones o cursos abiertos, tampoco manejan sus habilidades y razonamientos financieros; actualmente la mayoría quienes dirigen estos negocios del sector comercial de Gamarra, cuentan con niveles de instrucción secundario y pocos el superior.

El último nivel de estudio alcanzado por los propietarios de las MyPEs estimadas, muestran que el 34.2% de ellos cuentan con el nivel superior universitaria, el 19.6% indicaron el nivel superior no universitario, el 39.1% y 7.0% de propietarios, manifestaron tener un nivel de estudios Secundaria y Primaria, respectivamente. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2012, p. 14).

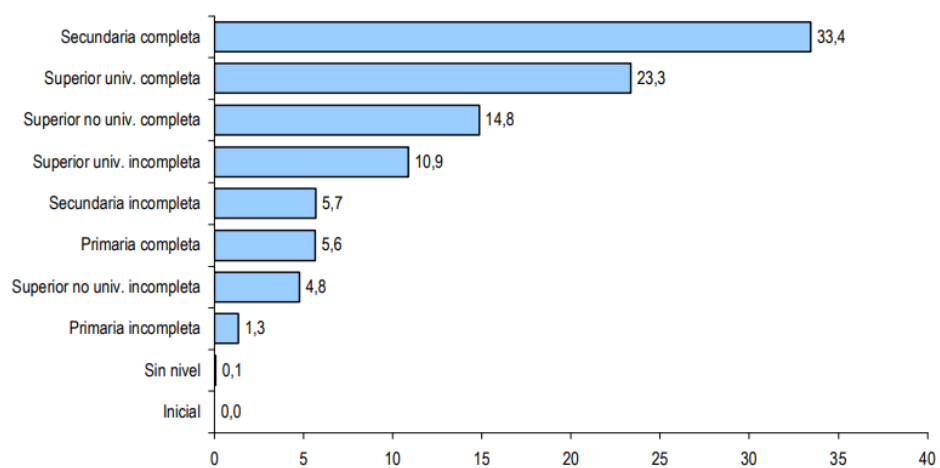


Figura 2. Último nivel de estudio del propietario de la empresa, 2011. Fuente: INEI – Encuesta de Micro y Pequeña Empresa 2011.

En el año 2010, el 13.2% de los conductores MyPEs declararon que habían participado en cursos o eventos de capacitación relacionados con la gestión empresarial. “Asimismo, los conductores MyPEs manifestaron que los cursos de capacitación preferidos, fueron, atención al cliente (17.4%), Marketing (17.3%), Calidad (11.1%) y Gestión financiera (8.7%)” (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2012, p. 16).

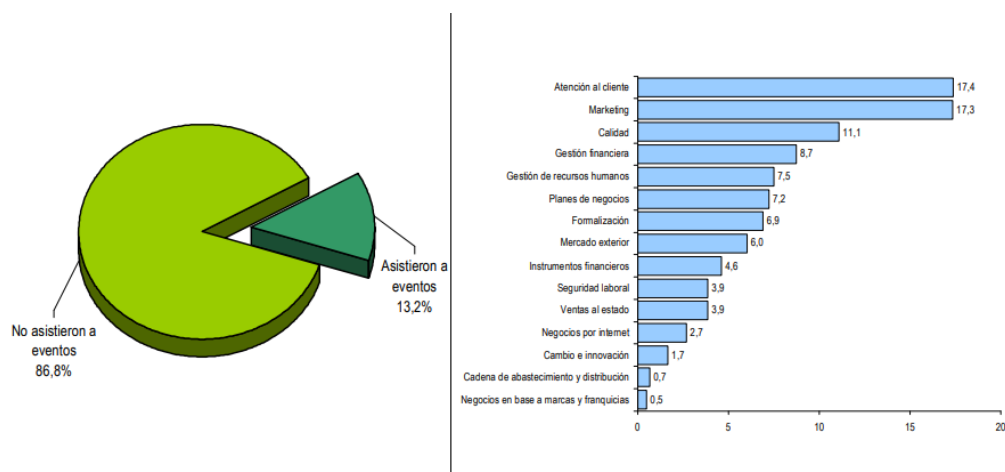


Figura 3. MyPEs que asistieron a eventos de capacitación relacionados a la gestión empresarial y temas tratados en el 2010. Fuente: INEI – Encuesta de Micro y Pequeña Empresa 2011.

La demanda de asistencia a las capacitaciones por los empresarios de estas MyPEs del comercio en Gamarra, se priorizan en más de la mitad, en temas de atención al cliente o marketing, olvidando la gestión de las finanzas.

Debido a que los conductores MyPEs manifestaron que los principales motivos porque no asistieron a cursos o eventos de gestión empresarial fueron: Falta de información (60.2%) y

falta de tiempo (53.7%). Según capital departamental, el comportamiento es casi similar al antes descrito. Sin embargo en Lima – Callao el 14.1% de conductores manifestaron que por falta de recursos no asistieron a los eventos de capacitación. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2012, p. 113).

Capital departamental 1/	MYPES	Falta de recursos	No lo creía necesario	Falta de tiempo	Falta de interés	Falta de información	Otro
Total	19 703	16,1	13,4	53,7	0,0	60,2	0,2
Lima - Callao	15 560	14,1	10,6	43,1	0,0	46,7	0,2
Arequipa	1 381	0,5	0,8	3,1	0,0	4,6	0,0
Trujillo	1 100	0,6	0,8	3,2	0,0	3,6	0,0
Chiclayo	549	0,5	0,5	1,3	0,0	1,5	0,0
Huancayo	379	0,1	0,1	1,3	0,0	1,3	0,0
Iquitos	406	0,3	0,3	0,9	0,0	1,4	0,0
Piura	328	0,1	0,3	0,7	0,0	1,0	0,0

1/ Incluye distritos metropolitanos.

Figura 4. Motivos por los que no se capacitaron los conductores de las MYPES en eventos de gestión empresarial, según capital departamental, 2010. Fuente: INEI – Encuesta de Micro y Pequeña Empresa 2011.

La mayoría de los empresarios de las MyPEs no diseñan o implementan estrategias financieras, tampoco fijan sus objetivos a plazos según su misión y visión para asegurar el crecimiento sostenible, que permite su adecuada expansión y mayor inversión en el emporio comercial de gamarra. Estas estrategias no las tienen claras, ya que no optimizan los recursos necesarios para que estas puedan financiar sus inversiones y contribuir en el crecimiento empresarial basadas en la toma de decisiones.

Los crecimientos de las MyPEs de este sector se están estancando, las mejoras continuas en calidad son pocas o nulas, haciendo notar un mal proceso en la gestión empresarial

De la misma forma en el Emporio de Gamarra no hacen el uso adecuado de los recursos en financiamiento, el incremento del capital de trabajo, adquisición de activos fijos de última tecnología e infraestructura de sus instalaciones de producción y ventas.

Pronóstico

De continuar con esta situación y no aplicar las estrategias financieras por falta de instrucción de quiénes dirigen las MyPEs, en su mayoría, se podría tratar de los mismos dueños de estos negocios, estas seguirán siendo actividades económicas básicas en sus flujos financieros, como vender y recuperar el monto invertido para cumplir con los gastos de insumos utilizados en la producción y diversas necesidades del negocio. Los negocios no podrán tener un crecimiento empresarial efectivo debido a que las rentabilidades descienden, imposibilitando la expansión de las mismas, puesto que las importaciones de los productos provenientes de China cuentan con mayor diversificación en maquinaria y equipo de alta tecnología. Si la ausencia o falta de compromiso es constante por parte de los responsables del negocio en recibir capacitaciones o querer desarrollar sus habilidades e inteligencias financieras para potencializar su expansión y así optar por buenas tomas de decisiones, enfrentando a la competencia China o tener que invertir en maquinaria que ayude a la producción y en hacer estudios de mercadotecnia para definir las necesidades de los clientes, se procederá con el cierre paulatino de los negocios peruanos en Gamarra por las rentabilidades en decadencia, aumentando el número de personas desempleadas, puesto que el mercado chino es grande y competitivo, más aún si se trata de productos a precios más bajos que su costo de producción.

Control De Pronóstico

Esta investigación contribuirá en explicar cómo las estrategias financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs en el emporio comercial de Gamarra entre los años 2010 y 2011, y que estas puedan permitir la sostenibilidad del crecimiento, abarcando las habilidades e inteligencias financieras que el personal de la alta dirección necesita, logrando la capacidad de expansión en sus negocios y ser más competitivos que el mercado textil Chino.

1.1. Formulación del Problema

Problema principal:

¿Las estrategias financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011?

Problemas específicos:

- a) ¿De qué modo las habilidades financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011?
- b) ¿Cómo la gestión empírica incide en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011?
- c) ¿De qué forma las visiones financieras a largo plazo inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011?

1.2. Objetivo General y Específicos

Objetivo general:

Determinar si las estrategias financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.

Objetivos específicos:

- a) Determinar el modo que las habilidades financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.
- b) Señalar cómo la gestión empírica incide en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011
- c) Determinar la forma que las visiones financieras a largo plazo inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.

1.3. Justificación e Importancia del Estudio

La presente investigación de naturaleza práctica es importante, porque aporta una alternativa de solución a un gran problema que viven los empresarios de las MyPEs del emporio comercial textil. Este estudio analiza si las estrategias financieras inciden en el crecimiento de las MyPEs de gamarra, siendo de su utilidad por ser mercados que acoge a varios clientes, realizando múltiples transacciones económicas y también beneficia a la Municipalidad del Distrito La Victoria de Lima Metropolitana para un mayor orden y a diversos agentes económicos, considerando que alberga gran cantidad de empresarios, en la mayoría migrantes (de diferentes partes del país), que se encuentran negociando en los diferentes rubros del mercado como el textil, moda, abarrotes y entre otros.

Desde el punto de vista social, esta investigación contribuirá con la empleabilidad en los negocios, los empresarios podrán solucionar sus problemas y al aplicar las estrategias financieras permitirá elevar el crecimiento económico para que las empresas de Gamarra puedan prosperar.

1.4. Alcances y Limitaciones

Alcance

- Este trabajo de investigación tendrá como alcance a los empresarios de las MyPEs de Gamarra del rubro comercial textil.
- El presente trabajo de investigación se realizará basándose en la comparación de los años 2010 – 2011.
- Los beneficiados por esta investigación son los empresarios de las MyPEs porque les ayudará a potenciar sus habilidades financieras para un posterior crecimiento empresarial.

Limitaciones

- La principal limitación, será la falta de información de las MyPEs del emporio comercial textil, datos incompletos y/o desactualizados.
- La falta de información especializada del rubro, por lo que demandará tiempo en obtener noticias de los empresarios de las MyPEs de Gamarra, sumando a esta las entrevistas pero quiénes muchas veces no resulta fácil de ubicarlos o no desean brindar información porque usualmente tienen celo y desconfianza.
- Asimismo, hubo dificultad en encontrar tesis similares en demás universidades por motivos de accesos a estas entidades y a sus bibliotecas especializadas o repositorios.
- Del lugar, este estudio se realizará en el emporio Comercial de Gamarra ubicado en el distrito de La Victoria de Lima Metropolitana, por lo que habrá complicaciones de desplazamiento, tiempo y financiamiento, por ser este un lugar de calles muy concurridas, lejanas y transitadas por vehículos, ambulantes y personas en general.

CAPÍTULO II

Marco Teórico - Conceptual

2.1. Antecedentes de la Investigación

Antecedentes de investigaciones nacionales

Araujo, K. (2018), en su tesis titulada: La cultura financiera de los empresarios y la planeación empresarial en las pequeñas empresas del sector textil-confecciones ubicadas en el emporio comercial de Gamarra, período 2017, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración de la Universidad San Martín de Porres (USMP), presenta como objetivo general:

Determinar la relación que existe entre la cultura financiera de los empresarios y la planeación empresarial en las pequeñas empresas del sector textil-confecciones ubicadas en el Emporio Comercial de Gamarra, período 2017.

Ente los objetivos específicos se tienen:

- Determinar la relación que existe entre el conocimiento financiero de los empresarios y la planeación empresarial en las pequeñas empresas del sector textil-confecciones ubicadas en el Emporio Comercial de Gamarra, período 2017.

- Determinar la relación que existe entre las creencias financieras de los empresarios y la planeación empresarial en las pequeñas empresas del sector textil-confecciones ubicadas en el Emporio Comercial de Gamarra, período 2017.

- Determinar la relación que existe entre las habilidades financieras de los empresarios y la planeación empresarial en las pequeñas empresas del sector textil-confecciones ubicadas en el Emporio Comercial de Gamarra, período 2017.

Esta investigación presenta como hipótesis general que, La cultura financiera entendida como los conocimientos, creencias, habilidades, actitudes y comportamientos financieros de los

empresarios se relaciona directamente con la planeación empresarial en las pequeñas empresas del sector textil confecciones ubicadas en el Emporio Comercial de Gamarra, período 2017.

La conclusión textual en esta investigación, son las siguientes:

- Existe una relación directa y estadísticamente significativa entre las actitudes financieras de los empresarios y la planeación empresarial, con un nivel de correlación bajo de 0,379. Por lo tanto, si renovamos las actitudes financieras de los empresarios mejorara la función financiera, el cual no se puede limitar a procesar y suministrar información sino que debe participar de manera activa en la planeación y la estrategia de la organización y así responder a la compañía donde estamos, para dónde vamos y qué hacer para lograrlo.

- Existe una relación directa y estadísticamente significativa entre el comportamiento financiero de los empresarios y la planeación empresarial, con un nivel de correlación moderado de 0,650. Por lo tanto, si desarrollamos el comportamiento financiero de los empresarios se logrará una mejor planeación empresarial, lo que resulta beneficioso para la gestión económico-financiera de la empresa.

La tesista nos señala la relación existente entre la cultura financiera comprendida por los conocimientos, creencias, habilidades, actitudes y comportamientos financieros con la planeación de la empresa, puesto que nos ayudan a realizar las estrategias para lograr nuestros objetivos a donde queremos llegar con el negocio, pues esto resulta beneficioso en nuestras gestiones realizadas en la empresa.

Altamirano, F. (2018), en su tesis titulada: Estrategias financieras para mejorar el crecimiento económico de la empresa de Repuestos & Lubricantes nuevo tiempo S.A.C., Jaén 2017, para

obtener el título profesional de contador público de la Universidad Señor de Sipán (USS), presenta como objetivo general:

Proponer estrategias financieras para mejorar el crecimiento económico de la empresa de Repuestos & Lubricantes Nuevo Tiempo SAC., Jaén, 2017.

Ente los objetivos específicos se tienen:

- Evaluar el crecimiento económico y las estrategias financieras en la Empresa de Repuestos & Lubricantes Nuevo Tiempo S.A.C., Jaén, 2017.

- Analizar la situación económica financiera de la Empresa de Repuestos & Lubricantes Nuevo Tiempo SAC., Jaén.

- Delinear estrategias que permitan mejorar el crecimiento económico de la Empresa de Repuestos & Lubricantes Nuevo Tiempo SAC., Jaén.

Esta investigación presenta como hipótesis general que, si se implementan Estrategias Financieras entonces se mejorará el crecimiento económico en la Empresa de Repuestos & Lubricantes Nuevo Tiempo S.A.C., Jaén.

La conclusión textual en esta investigación, son las siguientes:

- En lo que respecta a nuestro primer objetivo, podemos concluir que al realizar un análisis lineal del crecimiento económico de la Empresa de Repuestos & Lubricantes Nuevo Tiempo S.A.C. hemos podido apreciar que las ventas de la empresa experimentaron una baja considerable de S/. 737,694.00 en relación al último año; Así mismo el costo del servicio, disminuyo, lo cual se vio reflejado en la utilidad bruta del último periodo, la que se incrementó en S/. 476,188.00. El resultado operativo de la empresa tuvo un incremento considerable, lo cual se ve reflejado en la Utilidad antes de Participaciones e impuesto que en el periodo 2016 fue de (S/. -68,140.00), mientras que para el periodo 2017, esta se incrementó considerablemente llegando hasta S/:

401,302.00 dejándonos ver claramente que la empresa Repuestos & Lubricantes Nuevo Tiempo S.A.C., de Jaén si ha logrado un crecimiento económico positivo. Por ultimo en lo que respecta a las estrategias financieras, tenemos que de acuerdo a lo expresado por el administrador, en la empresa no se hace uso de ningún tipo de estrategias.

El tesista hace referencia a la importancia del análisis situacional de la empresa, para que según ello se pueda aplicar estrategias que optimicen los procesos y se obtenga mejores resultados aplicando estrategias y de esta manera lograr el crecimiento, generando mayores utilidades para la empresa.

Joyo, C. I., y Paz, N. J. (2016), en su tesis titulada: Factores que limitan la adopción del comercio electrónico en las MyPEs de ropa urbana para mujer que operan dentro del c.c. parque cánepa en el emporio comercial de gamarra, para optar el Título Profesional de Licenciadas en International Business de la Universidad San Ignacio de Loyola (USIL), presenta como objetivo general:

Determinar cuáles son los factores que limitan la adopción del comercio electrónico en las MyPEs de ropa urbana para mujer que operan dentro del C.C Parque Cánepa del Emporio Comercial de Gamarra.

Ente los objetivos específicos se tienen:

- Determinar cómo afectan los temores e inseguridades sobre las transacciones virtuales en las MYPEs de ropa urbana para mujer que operan dentro del C.C Parque Cánepa del Emporio Comercial de Gamarra para no adoptar el comercio electrónico actualmente.

- Identificar cómo influye la estructura organizacional para la adopción del comercio electrónico como estrategia comercial en las MYPEs de ropa urbana para mujer que operan dentro del C.C Parque Cánepa del Emporio Comercial de Gamarra.

Esta investigación presenta como hipótesis general que hay factores que limitan de manera directa la adopción del comercio electrónico en las MYPEs de ropa urbana para mujer que operan dentro del C.C Parque Cánepa del Emporio Comercial de Gamarra.

Las conclusiones textuales en esta investigación, son las siguientes:

- Más del 50% de las MyPEs encuestadas consideran importante el comercio electrónico, sin embargo, la mayoría no cuenta con una adecuada estructura organizacional, lo cual las limita considerablemente en la adopción de dicha herramienta.

- Tomando en cuenta la tendencia del desarrollo del comercio electrónico y su contribución al desarrollo comercial de las MyPEs en diferentes países, es importante que consideren ingresar al mundo de los negocios electrónicos para poder ampliar su mercado nacional e internacional y ser parte de este mundo globalizado que ofrece diferentes herramientas de comunicación (teléfono, correos electrónicos. Skype, Facebook, entre otros) que les permitirá interactuar con sus clientes rápidamente. Es por eso, que por más pequeña que sea una empresa debería adoptar esta herramienta.

Es cierto lo referido por los tesisistas, sobre la importancia de adaptarse y responder a la globalización para ampliar negocios teniendo mayor contacto con el cliente, comunicación vía web, siendo innovadores para estar más cerca a ellos y saber sus necesidades, grado de satisfacción e inquietudes para posteriormente satisfacerlas.

Carrasco, J. (2017), en su tesis titulada: Financiamiento y liquidez en las MyPEs textil gamarra – la victoria 2016, para obtener el título profesional de contador público de la Universidad César Vallejo (UCV), presenta como objetivo general:

Determinar que existe relación entre Financiamiento y Liquidez en las MyPEs textil Gamarra - La Victoria 2016.

Ente los objetivos específicos se tienen:

- Determinar que existe relación entre Financiamiento Interno, Externo y Liquidez en las Mypes textil Gamarra - La Victoria 2016.

- Determinar que existe relación entre Condiciones de Financiamiento y Liquidez en las Mypes textil Gamarra - La Victoria 2016.

Esta investigación presenta como hipótesis general que existe una relación entre el Financiamiento y Liquidez en las Mypes textil Gamarra - La Victoria 2016.

La conclusión textual en esta investigación, es la siguiente:

- Se determinó que el financiamiento se relaciona con la liquidez en la Mypes textil gamarra.
- La victoria 2016. Dado que el financiamiento (interno y externo) es un medio fundamental para una empresa, porque les permite realizar diferentes inversiones para así lograr su actividad operacional y lograr un crecimiento empresarial, además de acuerdo a los resultados obtenidos de las Mypes entrevistadas se puede observar, de que muchas empresas carecen o cuentan con poco financiamiento interno y externo. Así mismo, otras empresas solo se afianzan solo al uso de un solo tipo de financiamiento. Así mismo, un menor grupo de estas empresas, si logran hacer uso de los dos tipos de financiamiento y contar con las condiciones que están generan.”

El giro de las actividades del negocio de las MyPEs en Gamarra, depende del financiamiento en las inversiones internas o externas que se realicen para poder obtener la liquidez esperada, tal

como se afirma en esta conclusión, por tratarse de inversiones ya sean en innovación o creatividad para darle mayor productividad y lograr un crecimiento empresarial.

Gonzales, Y. (2019), en su tesis titulada: Estrategias de cobranza para mejorar la gestión financiera de la empresa Gramarra S.A.C., Jaén 2017, para obtener el título profesional de contador público de la Universidad Señor de Sipán (USS), presenta como objetivo general:

Proponer estrategias de cobranza para el mejoramiento de la Gestión Financiera de la Empresa Gamarra S.A.C., Jaén 2017.

Ente los objetivos específicos se tienen:

- Describir la situación de la Gestión Financiera de la Empresa Gamarra S.A.C., Jaén 2017.
- Evaluar la situación actual de las cuentas por cobrar en la Empresa Gamarra S.A.C., Jaén 2017.
- Diseñar estrategias de cobranzas para la empresa Gamarra S.A.C., Jaén 2017.
- Esta investigación presenta como hipótesis general que, si se implementan Estrategias de cobranza mejora la Gestión Financiera de la Empresa Gamarra S.A.C., Jaén 2017.

La conclusión textual en esta investigación, son las siguientes:

- Para el primer objetivo específico la situación de la gestión financiera es deficiencias en cuanto a su planificación, organización, dirección y su control, se actúa en el momento según la situación.
- Para el segundo objetivo específico sobre evaluación de la situación actual de las cuentas por cobrar se puede decir que la empresa no tiene un ideal retorno de fondos en cuanto a mercaderías, se debe porque no se tiene adecuadas estrategias de cobranzas: deficiencia en

recursos y técnicas de cobranza, ni el personal debidamente capacitado o idóneo para la labor por ello se tiene estas deficiencias.

- Para el último objetivo específico sobre el diseño de estrategias de cobranza se hace en función a las deficiencias que se ha encontrado: recursos de cobranza y técnicas de cobranza, proponiéndose políticas y estrategias adecuada para una mejor recaudación y así mejorar la gestión financiera ya que es de incidencia directa.

El tesista propone alternativas de solución frente a un problema, solución que los empresarios no aplican por la falta de planeación y aplicación de estrategias que ayudan a las gestiones de cobro o diversas.

Antecedentes de investigaciones internacionales

Cortés, D. (2018), en su tesis titulada: Innovación en la gestión empresarial para generar ventaja competitiva, para obtener el título de Maestría en ciencias en administración de negocios del Instituto politécnico Nacional de la ciudad de México, presenta como objetivo general:

Diseñar una serie de estrategias que a través de la innovación en la gestión empresarial permita elevar la competitividad de una empresa mediana con recursos limitados.

Ente los objetivos específicos se tienen:

- Seleccionar una estrategia competitiva basada en la innovación.
- Proponer una innovación en la producción basada en los recursos disponibles.
- Proponer un instrumento que permita la medición del aumento de competitividad.

Esta investigación presenta como resultado que, Los directivos considera que se plantean objetivos de producción los cuales son supervisados con base en políticas internas que la forma en que se mide la productividad del personal es adecuada, que los procesos que limitan la producción han sido identificados, que existe un registro de productos devueltos, así como de la merma

generada en el área de producción y que el consumo de servicios auxiliares, capacidad energética y seguimiento de vía útil de los equipos es adecuado. Además de ser conscientes del hecho que no se realizan acciones continuas de mejora ni actualizaciones en programas de capacitación.

La conclusión textual en esta investigación, es la siguiente:

- Las pequeñas y medianas empresas han dejado de competir en mercados regionales, cada día el número de empresas que comienzan a exportar y competir globalmente aumenta. La importancia de tener una gestión sólida, sobre todo para empresas del sector manufacturero, se intensifica con la llegada de competidores más agresivos que pretenden liderar en costos, productores insatisfechos que prefieren vender a empresas transnacionales y la baja de demanda sobre productos que no son de primera necesidad, a su vez, la normatividad que debe cumplir una unidad económica, debe ser satisfecha con la finalidad de alcanzar mercados más grandes y permitirle diversificar operaciones.

El autor hace referencia a las pequeñas empresas, que por productos de la globalización éstas no responden y se quedan desactualizados, teniendo incertidumbre en su gestión por grandes competidores que se encuentran en el mercado, por lo cual sus directivos deben de promover y de dar razón a su organización.

Pinaya, T. (2004), en su tesis titulada: “La diversificación como estrategias de crecimiento empresarial Caso: Finabol”, para obtener el título de Licenciada en Administración de la Universidad Técnica de Oruro – Bolivia, presenta como objetivo general:

Determinar los elementos que se analizarán para el diseño de estrategias de diversificación de la empresa FINABOL

Ente los objetivos específicos se tienen:

- Diagnosticar las situación actual de la empresa a través de la matriz FODA
- Definir los productos nuevos que pueden fabricarse, tomando en cuenta las exigencias del mercado.
- Identificar mercados no atendidos para los nuevos productos

Esta investigación presenta como hipótesis, que el producto y el mercado son los elementos más importantes que se analizarán para el diseño de estrategias de diversificación para la empresa FINABOL.

La conclusión textual en esta investigación, es la siguiente:

- Una gran fortaleza es la flexibilidad que el personal tiene ante el cambio y una debilidad es la existencia de capacidad instalada ociosa. Los nuevos productos a fabricar son chompas, mantillas y chalinas, confecciones elaborados con hilo de camélidos que mayor demanda tienen. Se ha identificado mercados no atendidos para los nuevos productos por la falta de conocimiento de los mismos.

Según la tesista, menciona la importancia de contar con una estrategia para lograr un crecimiento de la empresa, en este caso fue la diversificación de productos que puede y debe ofrecer la empresa para poder resolver las exigencias del mercado, siempre tratando de innovar en productos mejores que la competencia.

Gómez, J. (2013), en su tesis titulada: “Factores que inciden en el crecimiento de las microempresas de la ciudad de Quetzaltenango”, para obtener el título de Administrador de empresas de la Universidad Rafael Landívar Quetzaltenango – Guatemala, presenta como objetivo general:

Identificar y analizar cuáles son principales factores de carácter técnico, administrativo y financiero que de alguna manera pueda influir en el crecimiento de las microempresas, para que puedan desarrollar una capacidad productiva y competitiva.

Ente los objetivos específicos se tienen:

- Determinar el tiempo de existencia del negocio o microempresa.
- Establecer de que factores administrativos se habrán valido para llegar a donde están.
- Establecer los problemas que las microempresas afrontan para implementar su planeación y control.
- Analizar la manera en las microempresas aplican su planeación y control

Esta investigación presenta resultados que, la mayor parte de los microempresarios utilizan herramientas administrativas ya sea porque lo han estudiado o simplemente porque utilizan un sistema empírico de administrar.

La conclusión textual en esta investigación, es la siguiente:

- En la mayoría de las microempresas se conocen funciones o aplican formas administrativas, como planeación, organización, de personal, dirección, control y otras, de una u otra forma estas funciones son aplicadas por el microempresario (propietario) o debido a que han estudiado o simplemente porque simplemente utilizan un sistema empírico de administrar.

El autor hace referencia que hay factores como las habilidades y conocimientos que poseen los dueños de las microempresas, y que a su vez son aplicados y puesto en práctica mediante sus gestiones que inciden en el crecimiento de la empresa, la gestión empírica.

Hernández, C. (2013), en su tesis titulada: “Estrategia de crecimiento para las microempresas productoras de helado artesanal”, para obtener el grado de Maestría en Ciencias en Administración

de negocios del Instituto politécnico Nacional de la ciudad de México, presenta como objetivo general:

El objetivo general de la investigación es proponer estrategias de crecimiento para las microempresas productoras de helado artesanal a partir del análisis del sector heladero, de la fundamentación teórica de estrategias de crecimiento y recursos internos de la empresa.

Ente los objetivos específicos se tienen:

- Identificar las condiciones del contexto, antecedentes y la situación de la industria del helado artesanal, a nivel nacional e internacional mediante información documental del sector.
- Describir las estrategias y los aspectos a considerar para el crecimiento de las microempresas productoras de helado artesanal.
- Proponer estrategias de crecimiento más adecuadas para las microempresas de helado artesanal.

Esta investigación presenta resultados que, su visión abarca a la innovación tecnológica como una herramienta necesaria para el crecimiento de la empresa y el incremento en su producción, todo lo cual se hará notar en la capacidad de sus productos y su capacidad de almacenaje, más se ve muy lejana una así en su negocio debido a que la capacidad actual de producción y de ganancias les es suficiente para sobrevivir el día a día.

La conclusión textual en esta investigación, es la siguiente:

- La mayoría de microempresarios les importa más la calidad en sus productos dejando de lado el buen manejo de los recursos internos de la empresa, también existe el desconocimiento de fuentes de financiamiento para crecer.

El autor hace notar el desinterés de los microempresarios en diseñar e implementar estrategias ya sea en financiamiento o el uso de la tecnología, pues ellos solo ven la producción y sus ventas diarias, lo cual es un proceso básico para obtener el crecimiento empresarial.

Terán, M. (2015), en su tesis titulada: “Crecimiento empresarial mediante el mejoramiento del control de actividades operativas en el sector informal de Guayaquil”, para obtener el grado de Magister en Finanzas y proyectos corporativos de la Universidad de Guayaquil - Ecuador, presenta como objetivo general:

El objetivo general de la investigación es Promover el mejoramiento del control de actividades operativas a través de un Plan Estratégico de capacitación para lograr el crecimiento empresarial y la disminución del sector informal de Guayaquil.

Ente los objetivos específicos se tienen:

- Diagnosticar la situación actual de las actividades operativas que realiza el sector informal: mediante una encuesta a comerciantes informales.
- Identificar las amenazas o riesgos que tiene el sector informal al ejercer actividades comerciales sin la documentación legal: a través de la revisión de los Reglamentos de Ley.
- Elaborar un plan estratégico de capacitación para disminución del sector informal: de acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación.

Esta investigación presenta resultados que, los empresarios desean ser capacitados como tener el manejo administrativo y controlar los recursos económicos de mejor manera

La conclusión textual en esta investigación, es la siguiente:

- El estudio de la presente investigación se pudo conocer que la mayor parte de las personas informales, realizan sus actividades intuitivamente al emprender un negocio no tienen criterios

teóricos, ni prácticos, no cuentan de una buena administración en sus negocios por esta razón sus actividades están sujetas a un conjunto de riesgos que lo limitan al desarrollo económico y están constreñidos a las autoridades correspondientes para combatirlos afectando significativamente toda la economía formal de Guayaquil.

El tesista hace referencia al grado de informalidad de las empresas, puesto que ellos desean lograr el crecimiento en sus empresas, y para esto se debe de realizar el manejo del control de sus actividades a través del monitoreo de un plan estratégico, por lo cual no lo hacen, ya que gran parte de las microempresas son informales.

2.2. Bases Teórico–Científicos

Teoría de las estrategias financieras

Se hace referencia a la teoría de portafolios por Markowitz, a:

La estructuración de combinaciones de activos con las mejores relaciones de riesgo-rendimiento. Dicho riesgo implícito en el portafolio, es evaluado por medio de la estimación de la varianza de los rendimientos esperados asociados con los activos que conforman el mismo.

Por diversificación se entiende invertir en más de un activo, con el fin de reducir el nivel de riesgo asociado con los factores específicos de una compañía, a los cuales se estaría expuesto en el caso de invertir en uno solo activo.

El diversificar, ampliando el número de activos en los que se invierte, ayuda a reducir el riesgo, pero es claro, que nunca se llegará a eliminar este riesgo, por completo, ya que siempre existirán factores macroeconómicos que afectan a todas las industrias, hecho que implica una exposición permanente al riesgo, que no es diversificable. (Betancourt Bejarano, García Díaz, & Lozano Riaño, 2013).

El autor informa con esta teoría que se espera maximizar el grado de retorno invirtiendo en más de un activo, reduciendo y asumiendo el riesgo.

Se hace referencia a:

La teoría de Markowitz permite determinar lo que se denomina la frontera eficiente, la cual se define como el conjunto de portafolios conformados por todas las combinaciones de riesgo - rendimiento que se pueden obtener entre los diversos activos que hacen parte del mismo y que ofrecen el rendimiento esperado más alto para cualquier nivel de riesgo dado. (Betancourt Bejarano, García Díaz, & Lozano Riaño, 2013).

Los autores mencionan al conjunto de portafolios del cual, se debe de elegir la combinación de riesgo con mayor rendimiento.

Las estrategias a seguir para la PYME son: buscar una autonomía, que significa ser autosuficiente en cuanto a requerimientos financieros se refiere; ser capaz de generar los suficientes ingresos como para financiar la compra de materia prima, maquinaria y equipo, terreno, gastos administrativos, entre otros, y tener la capacidad de pago a los proveedores a corto plazo por medio de una buena aplicación de recursos, para obtener una liquidez que les ayude a cubrir los pasivos demandados por las mismas personas o bien por los proveedores, y que además les genere suficiente rendimiento para garantizar su crecimiento. (Álvarez & Abreu, 2008, p. 68).

Las estrategias financieras para este autor, es la manera en cómo lograr la capacidad de liquidez de la empresa y los financiamientos eficientes en materias que incurren en el proceso de

producción, maquinaria y tecnología en el equipo a utilizar, todos estos cambios se deberían de realizar a corto plazo, para poder tener resultados a largo plazo.

Definen a la estrategia de financiamiento, como

La mezcla óptima de las fuentes de financiamiento con los cuales respaldar la operación cotidiana de las organizaciones y apoyar la ejecución de los planes de negocio. La política se centra en los recursos aportados por los inversionistas y por las entidades vinculadas a la intermediación, sin despreciar otras alternativas como, la emisión de bonos, la titularización de activos disponibles y el leasing o arrendamiento de bienes de capital. (Rincón, Burgos Tovar, & Cherema, 2010, p. 272).

Para este autor, las estrategias financieras es elegir las mejores fuentes de financiamiento, para optar por buenas decisiones.

La perspicacia de criterio es un requisito esencial para tomar decisiones sobre gastos de capital. Pero tal criterio, para ser acertado, debe basarse en el análisis de todos los hechos, muchos de ellos extremadamente técnicos y complejos. En particular la alta dirección necesita un instrumento objetivo para medir el valor económico de propuestas de inversión individuales a fin de contar con una base realista para escoger entre ellas y seleccionar las de máxima significación para la continua prosperidad de la compañía. La medida básica del valor económica es la productividad del capital, es decir, su capacidad de producir utilidades. El objeto del presente artículo es sugerir mejores métodos para efectuar esa medición. (Dean, 1987, p. 7).

Las habilidades de los empresarios es un requisito esencial para efectuar la toma de decisiones, basado en capacidad de análisis y así evaluar el incremento del valor económico, para que la empresa sea productiva y así incrementar la utilidad.

La elaboración de un sistema eficaz para la administración de los gastos de capital requiere una compleja combinación de disciplinas: a) La aplicación de una teoría económica en varios puntos vitales; b) Conocimiento de matemáticas financieras, que la mayoría de nosotros adquirimos en nuestros días de aprendizaje pero que inevitablemente hemos olvidado hace tiempo; c) pronósticos económicos; d) técnicas para programar el importe y el momento de desembolsos y recibos, y e) técnicas de control mediante la comparación de realidades con proyectos. La alta dirección, obviamente necesita ayuda técnica. No podría esperarse de ningún ejecutivo, aun cuando dispusiese de tiempo para analizar personalmente cada proposición relativa al capital social, que dominara todas las disciplinas necesarias; éstas sólo pueden reunirse en un equipo de especialistas. (Dean, 1987, p. 7).

Los autores afirman que, es importante tener el conocimiento sobre las teorías económicas, habilidades en materias de las matemáticas financieras, que fueron aplicados por el aprendizaje o experiencia, realizando pronósticos económicos y utilizar herramientas en flujos financieros para realizar comparaciones, resaltando las mejoras en resultados a causa de proyectos implementados.

Thompson & Strickland III (1999) según los autores: “La estrategia dirige acciones para obtener resultados óptimos a largo plazo, llegando a conseguir muchos beneficios a través de estas, también, mediante las actividades de la empresa, llegando a satisfacer las necesidades de los consumidores” (p. 10).

Por los autores mencionados, se refieren a las estrategias como direccionamiento de logro por los objetivos fijados en una empresa mayor a tres años, quiere decir, a largo plazo, para lograr cubrir las expectativas de los clientes.

Para la ordenada distribución de la tasa de rendimiento, la gerencia precisa no solo una buena administración de la productividad del capital, sino también normas de aceptabilidad mínima que sea objetivas y justificables. Estas deben basarse generalmente en el costo de capital de la empresa. Los exámenes imparciales y económicamente realistas de proyectos terminados son estímulos indispensables para medir su rentabilidad con exactitud; también proporcionan una experiencia sistematizada para mejorar la medición de proyectos en el futuro. (Dean, 1987).

El autor menciona que para realizarse una buena gestión administrativa debe basarse en metas y objetivos que sean medibles y alcanzables, para estimular y cuantificar la rentabilidad para así mejorar en otras proyecciones que se presenten.

Para el siguiente autor la Teoría de la Estrategia, manifiesta que:

Con el devenir del proceso histórico, la relación de la guerra con la política, el intercambio cultural entre pueblos distintos y la innovación científico-tecnológica de la actualidad, se fue dando a su vez la evolución de la estrategia, para lo cual, podemos tomar como referencia primaria al mundo helénico, que se caracterizó por las observaciones y escritos de Jenofontes y de Tucídides, quienes fueron los que marcaron el inicio de la estrategia como ciencia militar; en Roma tenemos a Polibio, Plutarco y Tito Livio que además de aportar en el pensamiento político, también relataron sus experiencias estratégicas. (Miyamoto, 2000)

El escritor menciona que, a lo largo del tiempo se estuvo evolucionando la aplicación de las estrategias en diferentes épocas y distintos lugares, pero siempre presente.

La estrategia financiera forma parte de las estrategias del tercer nivel, o funcionales, y se define como la elección de los caminos a seguir para el logro de los objetivos financieros.

La estrategia financiera, como subestrategia que es, debe estar en consonancia con la estrategia general y con las estrategias de las otras áreas funcionales.

Al mismo tiempo, como la estrategia financiera se centra en los aspectos financieros de las decisiones estratégicas, ha de estar ligada al interés de los accionistas, por un lado, y a los mercados financieros, por otro, y en la medida de su poder sobre la empresa también debe tener en cuenta a los participantes internos y externos.

Por su parte, la estrategia, como hemos dicho anteriormente, está inspirada por el objetivo, pero su relación con él es mucho mayor en la medida que su eficacia se mide por la contribución de los resultados al objetivo planteado.

No cabe duda, por tanto, que la estrategia financiera participa de un grado de complejidad que, como decíamos antes, es común al concepto de estrategia, debido a la serie de elementos que la condicionan y con los que tiene que evaluarse (...)

En resumen, los aspectos más relevantes de la estrategia financiera son:

- La estrategia financiera, como toda subestrategia, debe estar en constancia con la estrategia general.

- La estrategia financiera se centra en los aspectos financieros de las decisiones estratégicas, debe tener en cuenta a los participantes internos y externos.

- La efectividad de la estrategia financiera se mide por su contribución al objetivo de la empresa. De manera que, si el objetivo general es el de creación de valor, será necesario analizar el papel que la función financiera desempeña en la cadena de valor.

La estrategia financiera se incluye dentro de las actividades de apoyo (las que llamamos infraestructura), y es fácilmente controlable, ya que la cuantificación de los resultados se hace en la misma medida que el objetivo de la empresa, esto es, en términos monetarios. (Díez de Castro & López Pascual, 2007, pp. 141-143).

Los autores hacen referencia que para poder lograr formular las estrategias financieras, estas deben de basarse de las estrategias generales de la organización para luego centrarse en el rubro financiero y poder tomar decisiones financieras efectivas.

Teoría del crecimiento empresarial

El autor hace un análisis a los efectos que producen los cambios en “La tasa natural de crecimiento es ahora la suma de la tasa de crecimiento de la población más la tasa de progreso tecnológico. Una variación de la tasa de ahorro no altera ese hecho; mueve materialmente toda la curva del producto por persona y del consumo por persona; ambas están subiendo a la misma tasa del progreso tecnológico. El único hecho adicional que vale la pena observar es que un incremento de la tasa misma de progreso tecnológico, además de hacer que aumenten las tasas de crecimiento del producto y del producto por persona (y por consiguiente del consumo por persona), también hace que aumente la ocupación efectiva por unidad de capital, y por consiguiente hace que aumente la tasa de utilidad en condiciones de estado estable” según la hipótesis planteada por el autor. (Solow, 1976, p. 46).

El autor plantea una hipótesis haciendo referencia a la importancia del uso de las tecnologías y sus actualizaciones para un crecimiento constante de ésta, para que así puedan incrementar los

márgenes de utilidad en las empresas como resultado del crecimiento de la población y el progreso tecnológico.

Una de las contribuciones de la moderna teoría del crecimiento ha sido frenar las discusiones vagas sobre política orientada a modificar la tasa de crecimiento. El crecimiento del producto real de una economía de un año a otro tiene tres elementos. Parte de él viene las variaciones de un año a otro en el grado de aprovechamiento o de a tonía de la economía, medido por la tasa de desocupación o por la tasa de aprovechamiento de la capacidad productiva. Una economía puede crecer más rápida o más lentamente de un año a otro porque su tasa de desocupación está aumentando o disminuyendo. Si queremos describir esto como crecimiento, es específicamente crecimiento de la demanda, no crecimiento de la oferta. El crecimiento de la oferta, o de la capacidad productiva, tiene otros dos componentes. Uno es la tasa subyacente de crecimiento en condiciones de estado estable, o tasa natural, y otro es el crecimiento que se origina en una variación actual o reciente de la producción del producto destinada a la inversión. La teoría dice que este último componente del crecimiento es transitorio, depende de que se invierta una fracción creciente del producto, no de que se invierta una fracción elevada del producto. (Solow, 1976, p. 46)

El autor aclara el hecho del crecimiento ya sea por la demanda o por la oferta dependiendo de la variación que se realice en sus componentes como en la capacidad productiva, estado estable, o la misma inversión realizada para lograr el crecimiento de un modo más conveniente.

La contabilidad del crecimiento solo estudia los factores que son determinantes directos del crecimiento económico; su objetivo es analizar en qué medida la acumulación de los distintos

factores, las mejoras en la calidad de éstos y otros factores contribuyen al crecimiento, dejando de lado el problema más complejo de que causas se hallan tras la evolución de los mismos. Una manera de comprobar que la contabilidad del crecimiento no alcanza a las fuentes subyacentes del crecimiento económico es considerar qué sucedería si la aplicásemos a una economía como la que describe el modelo de Solow que se encontrara en su senda de crecimiento sostenido. (Romer, 2006, p. 11).

El autor hace referencia a que, la contabilidad financiera se encarga de analizar el grupo de factores que influyen directamente el crecimiento económico y mejoras en la calidad de manera sostenida en el tiempo.

Según el modelo de Romer (1986) en su trabajo «*Increasing Returns and Long-Run Growth*», plantea que en un equilibrio competitivo completamente especificado, el producto per cápita puede crecer ilimitadamente, posiblemente a una tasa que es monótonicamente creciente en el tiempo. La tasa de inversión y la tasa de ganancia del capital pueden crecer, en lugar de decrecer, con los incrementos en el stock de capital. El nivel del producto per cápita en diferentes países no tiene por qué converger; el crecimiento puede ser persistentemente más lento en países menos desarrollados e incluso puede no ocurrir. Estos resultados no dependen de ningún cambio tecnológico exógenamente especificado o diferencias entre países. Las preferencias y la tecnología son constantes e idénticas. Incluso el tamaño de la población puede mantenerse constante. Lo que es crucial para estos resultados es el abandono del supuesto de rendimientos decrecientes. (Departamento de Economía PUCP, s.f., p. 480).

El autor sostiene que, para poder llegar a un crecimiento positivo, la empresa no depende directamente de gestiones externas, más que las habilidades que propio personal está en la

capacidad de adquirir, ya sea también en el ámbito tecnológico para poder invertir y se logre el crecimiento en la rentabilidad.

En 1990, Paul Romer publicó su trabajo «Endogenous Technological Change». En este escrito se muestra un modelo de crecimiento, en el cual, las decisiones de inversión que maximizan los beneficios, tienen como resultado los cambios técnicos, principal determinante del crecimiento. Este modelo parte de tres premisas:

1. El cambio técnico, entendido como el mejoramiento de las instrucciones para combinar insumos en la producción, es central para el crecimiento económico.

2. El cambio tecnológico ocurre mayormente a causa de las acciones intencionales de personas que responden a los incentivos del mercado. Por ello se considera que el cambio técnico es endógeno al sistema económico.

3. La tecnología, entendida como las instrucciones para trabajar con factores de producción, presenta una naturaleza distinta a la de cualquier otro bien. La principal diferencia está en que para producir esta tecnología se requiere de un costo fijo; sin embargo, una vez creadas las instrucciones, el costo adicional de emplearlas es nulo.

El autor hace énfasis a los diversos cambios que conllevan al crecimiento económico como la combinación de insumos en la producción por el mejoramiento en las instrucciones, incentivos del mercado como respuesta de las acciones inmediatas e inversión en tecnología. (Departamento de Economía PUCP, s.f., p. 491).

Las investigaciones sobre crecimiento endógeno han sido muy activas en los últimos años. Una de las áreas recoge modelos de progreso tecnológico que se han incorporado a las teorías

del crecimiento económico. Una segunda área considera las teorías sobre el crecimiento de la población que se han integrado en los modelos de crecimiento. Una última rama de la teoría ha prescindido de la idea de productividad decreciente del capital. Aquí sólo es posible apuntar mínimamente alguna de las ideas básicas de los distintos enfoques del crecimiento endógeno a largo plazo. (Barro, Grilli, & Febrero, 1997, p. 348).

Según considera el autor, para lograr un crecimiento en la empresa que se refleje a un periodo de largo plazo, las áreas de la organización deben optar por modelos de crecimiento económico para lograr mejores cambios.

El progreso tecnológico puede compensar la tendencia hacia los rendimientos decrecientes y llevar, por tanto, a un crecimiento a largo plazo de la producción per cápita. La tasa de crecimiento per cápita y el tipo de interés real seguirán disminuyendo en la transición hacia el estado estable. Una vez que la economía alcance su estado estable, la producción per cápita crecerá indefinidamente, pero la tasa de crecimiento y el tipo de interés ya no tenderá a disminuir. Las teorías recientes tratan de explicar el proceso de investigación y desarrollo que conduce el progreso tecnológico. Algunas de estas teorías también consideran el proceso de difusión de las tecnologías desde los países líderes a los seguidores. (Barro, Grilli, & Febrero, 1997, p. 348).

Los autores hacen referencia al progreso en la tecnología, que posteriormente se traduce en desarrollo e investigación, por ende una alza en la economía, logrando la economía estable.

El desarrollo empresarial ha asumido hoy día un significado especial, puesto que es una llave para el desarrollo económico. Los objetivos del desarrollo industrial, el crecimiento regional y

la creación de empleos dependen del desarrollo empresarial. Los empresarios son, de este modo, la semilla del desarrollo industrial y los frutos de este desarrollo son oportunidades de empleo para la juventud desempleada; aumento en el ingreso per cápita, un estándar más alto de vida y un aumento en el ahorro individual; ingresos al gobierno por concepto de impuestos, impuestos de ventas, aranceles aduaneros de importación e importación, y un desarrollo regional balanceado. (Martínez Martínez, 2014, p. 6).

El autor hace referencia y menciona la gran importancia que tiene el desarrollo empresarial, puesto que es núcleo y base del crecimiento ya sea regional e industrial, como consecuencia de ello, hay mayores empleos para las personas, brindando estabilidad económica y mejorando la situación en el avance del país.

El principal papel del empresario es el de asegurar las rentas de los factores productivos soportando el riesgo de la actividad económica de la empresa. El empresario adquiere los factores de producción a un precio cierto (conocido) y tiene que hacer previsiones futuras sobre la demanda que es incierta tanto en la cantidad que podrá vender como en el precio al que lo podrá hacer. Por tanto, el empresario asume un riesgo y el beneficio es la recompensa por asumir riesgo. (Parra Romero, p. 1).

Según el autor, los empresarios serían de gran sustento, quienes conllevan a la organización a un crecimiento empresarial, analizando sus riesgos y tomando acciones para hacer efectivas sus tomas de decisiones generando mayor productividad en cuánto al precio, realizando cálculos para conocer la demanda a satisfacer y provisionando aquello que asume riesgos.

2.3. Definición de Términos Básicos

Alianzas estratégicas

Es el acuerdo realizado entre dos o más partes para alcanzar objetivos, buscando beneficios similares de manera independiente pero teniendo el compromiso de ayuda, cooperándose y colaborándose, para lograr mejores resultados y contar con ventajas competitivas.

Atención al cliente

Servicio que presan las empresas para comunicarse directamente con los clientes, en caso estos necesiten manifestar reclamos, dudas, consultas.

Capacidad instalada

Es la producción en su máximo potencial, donde la empresa puede producir al máximo nivel.

Capacitación

Actividades que contribuyen a orientar a las personas para ampliar su nivel de información en conocimientos y aptitudes que permiten desarrollar su desempeño.

Conocimiento

El ser humano tiene la habilidad de percibir, entender para que pueda concluir la razón e ir adquiriendo información y este sea almacenado, ya sea por aprendizaje o experiencia.

Crecimiento empresarial

Es el proceso que acompaña a la organización rumbo a su desarrollo empresarial, obteniendo mayores utilidades y potenciar el negocio, requiriendo de mucho esfuerzo por los directivos y trabajadores de la empresa, para lograr ser más competitivos en el mercado como mejorar las ventas, mayor presencia en el mercado, incrementar el tamaño de la organización, innovación de productos y servicios, etc., entre las ventajas de este crecimiento, es la optimización de beneficios y el logro de resultados deseados en diversas áreas.

Es la acción de poder incrementar los ingresos de la organización, teniendo mayor presencia en el mercado para poder ser reconocidos por los consumidores sin afectar la rentabilidad, siendo capaces de mantener una situación económica saludable, sostenible y productiva.

Cursos

Actividades didácticas para ampliar el nivel de información en las personas quienes lo lleven.

Desarrollo de empresas

Progreso que experimenta la empresa, obteniendo mayor utilidad, todo ello por la aplicación de las buenas prácticas de gestión que apliquen los trabajadores para conseguir la competitividad en el rubro donde se desempeña

Destreza

Habilidad de realizar actividades determinadas por una persona de manera satisfactoria.

Estrategias financieras

Son técnicas de gestión financiera que van a tratar de reducir el riesgo de pérdidas que puedan afectar a la empresa, ya sea por movimientos en las operaciones financieras o activos desfavorables.

Gestión empírica

Es la administración que se realiza aplicando los conocimientos o experiencia de una persona para conseguir lograr sus objetivos y que a su vez apuesta por la innovación.

Gestión empresarial

Conjunto de actividades que proponen mejorar la competitividad de la empresa y ser más rentables para garantizar el éxito y este perdure en el tiempo de vida de la organización a través de líderes que contribuyan con la planeación, organización, dirección y control.

Habilidades financieras

Conjunto de experiencias, conocimientos y situaciones aprendidas por las personas generando la acumulación de una serie de aptitudes, desarrollando un sentido que permite descubrir las variables financieras e implementando el uso de las herramientas que benefician la utilidad.

Infraestructura

Instalaciones físicas necesarias que forman parte de la empresa necesarias para que esta contribuya con su desarrollo

Inteligencia Financiera

Capacidad obtenida para desarrollar y optimizar nuevas fuentes de ingreso, y a la vez resolver o evitar problemas financieros, teniendo como consecuencia el crecimiento económico, principal contribuyente para alcanzar los objetivos propuestos.

Precios

Es la valorización del producto o servicio que la empresa fija para vender considerando los costos, impuestos y ganancia.

Uso de tecnología

Aplicación de la ciencia que implica conjunto de conocimientos científicos que facilitan las actividades cotidianas.

Ventaja competitiva

Se da cuando la organización le añade el valor agregado a su producto o servicio y este sea difícil de igualar, obteniendo una diferenciación en el mercado competitivo.

Ventas

Acción de vender los productos que la empresa produce.

Visión a plazo

La imagen proyectada, que pretende lograr la organización en un determinado tiempo futuro.

Visión a corto plazo

Imagen que la empresa desea lograr en corto tiempo, menor a un año con metas propuestas.

Visión a largo plazo

Imagen que la empresa desea lograr en largo tiempo, mayor a tres años con metas propuestas.

CAPÍTULO III

Hipótesis y Variables

3.1. Hipótesis y/o Supuestos Básicos

Hipótesis principal

Las estrategias financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.

Hipótesis específicas

- a) Las habilidades financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.
- b) La gestión empírica incide en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.
- c) Las visiones financieras a largo plazo inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011

3.2. Identificación de Variables o Unidades de Análisis

En esta investigación la variable dependiente en estudio es el crecimiento empresarial; asimismo la variable independiente son las estrategias financieras.

3.3. Matriz Lógica de Consistencia

Matriz de consistencia

TÍTULO: LAS ESTRATEGIAS FINANCIERAS Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIAL TEXTIL DEL EMPORIO DE GAMARRA EN LOS AÑOS 2010 Y 2011

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Instrumento			DISEÑO METODOLÓGICO
			Variables	Dimensiones	Indicadores	
<p>Problema General: ¿Las estrategias financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011?</p> <p>Problemas específicos: a) ¿De qué modo las habilidades financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011? b) ¿Cómo la gestión empírica incide en el</p>	<p>Objetivo General: Determinar si las estrategias financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.</p> <p>Objetivos específicos: a) Determinar el modo que las habilidades financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011. b) Señalar cómo la gestión empírica incide</p>	<p>Hipótesis General: Las estrategias financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.</p> <p>Hipótesis específicas: a) Las habilidades financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011. b) La gestión empírica incide en el</p>	Estrategias financieras	- Habilidades financieras	- Inteligencia financiera - Conocimiento y destreza	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo de investigación: Descriptivo correlacional</p> <p>Diseño: NN: Diseño no experimental, Investigación de corte transversal.</p> <p>Esquema:</p> <p style="text-align: center;">Oy M: r Ox</p> <p>Pasos: Observación del fenómeno</p>
				- Gestión empírica	- Gestión empresarial. - Capacitación y cursos.	
				- Visión estratégica	- Visión a corto plazo - Visión a largo plazo.	
				- Desarrollo de empresas	- Ventaja competitiva - Alianzas estratégicas	

<p>crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011?</p>	<p>en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011</p>	<p>crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.</p>	<p>Crecimiento empresarial</p>	<p>- Ventas</p>	<p>- Precios - Atención al cliente</p>	<p>Población: Estudio de 41 MyPEs del sector comercial textil del emporio de Gamarra</p> <p>Técnicas e instrumentos:</p> <p>- Técnicas: Encuesta escrita Análisis documental Estructurada</p> <p>- Instrumentos: Encuesta</p>
<p>c) ¿De qué forma las visiones financieras a largo plazo inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011?</p>	<p>c) Determinar la forma que las visiones financieras a largo plazo inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.</p>	<p>c) Las visiones financieras a largo plazo inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.</p>		<p>- Uso de tecnología</p>	<p>- Tecnología e infraestructura - Capacidad instalada</p>	

CAPÍTULO IV

Método

4.1. Tipo y Método de Investigación

Esta investigación presenta un enfoque cuantitativo, en la medida que se obtendrá información numérica, siendo tratada estadísticamente mediante la obtención de cuadros y gráficos estadísticos.

Asimismo, esta investigación es de tipo descriptiva correlacional, ya que se enfoca en buscar la falsedad o veracidad de la hipótesis planteada y el grado de relación o asociación no causal que existe entre las variables: crecimiento empresarial y las estrategias financieras, tratándose también las dimensiones e indicadores.

4.2. Diseño Específico de Investigación

El presente trabajo utilizará el diseño no experimental, debido a que no se manipularon de modo intencional las variables indicadas, observando datos reales en un entorno natural.

Asimismo, será de corte transversal ya que la investigación estudiará el problema en un solo periodo de los años 2010 y 2011.

El diseño específico a utilizar es el descriptivo correlacional.

Siendo su estructura:

Oy

M r

Ox

Dónde:

M : Es la muestra

r : Correlación de variables

Oy : Crecimiento Empresarial

Ox : Estrategias financieras

4.3. Población y Muestra

En esta investigación la población es finita.

En el 2016, un total de 27 mil 280 empresas realizan actividades económicas en el Emporio Comercial de Gamarra. El 93,5% del total de empresas (25 mil 497), son microempresas. El 99,5% del total de empresas corresponde a 27 mil 139 micro y pequeñas empresas (MYPES). El 99,7% del total de empresas, que asciende a 27 mil 196 son micro, pequeña y medianas empresas.

Las Industrias manufactureras representan el 18,9% (5 mil 143) de empresas en el Emporio Comercial de Gamarra, donde la fabricación de prendas de vestir concentró a 3 mil 171 empresas (61,7%), seguido de la fabricación de productos textiles con 1 mil 427 empresas (27,7%). Estas dos actividades también concentraron el mayor monto de ventas con 1 mil 74 millones de soles juntas; y emplearon a 13 mil 309 trabajadores. (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017)

Según los datos brindados por el Instituto Nacional de Estadística e Informática, se procede a analizar la información para calcular y detallar el tamaño de la muestra que consideraremos de la población total de Micro y pequeñas empresas en Gamarra al año 2016.

Año: 2016 Según datos INEI

Total de empresas económicas: 27,280

Del total, se tiene:

Micro empresas	25,497	(i)
Pequeñas empresas	1,642	(ii)
Medianas empresas	57	

(i)+(ii) Micro y Pequeñas empresas (MyPEs) 27,139 99.5%

Industrias manufactureras, representan: 5,143

Fabricación prendas vestir	3,171	
Fabricación productos textiles	1,427	→ Muestra

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población, en el presente trabajo se considerará 1,427 empresas para el tamaño de muestra según datos e información brindada por el Instituto Nacional de Estadística e informática. es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

En donde

N = Tamaño de la población

Z = Nivel de confianza

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (error máximo admisible en términos de proporción)

$$n = \frac{1,427 \times 1.96^2 \times 0.95 \times 0.05}{0.06^2 \times (1,427-1) + 1.96^2 \times 0.95 \times 0.05}$$

$$n = 41$$

En total participarán 41 empresas que fueron seleccionadas mediante el método no probabilístico de manera intencional.

4.4. Instrumentos de Recogida de Datos

En esta investigación se hará uso de la técnica de encuesta escrita, con el cuestionario como instrumento. Asimismo, se usarán las técnicas de análisis documental con su instrumento resumen analítico.

Dicho cuestionario cuenta con 24 preguntas con escalas de medición de tipo LIKERT con tres (03) opciones de cinco (05) categorías y con códigos correspondientes a su valorización, tal como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 1
Escala de medición de tipo Likert

CÓDIGO S	1	2	3	4	5
OPCIÓN 01	Nada de acuerdo	Poco de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
OPCIÓN 02	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
OPCIÓN 03	Definitivamente no	Probablemente no	Indeciso	Probablemente sí	Definitivamente sí

Nota: Elaboración propia

4.5. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

En el estudio se utilizará el programa Microsoft Excel y el software estadístico SPSS (IBM Statistics versión 23), para obtener las correlaciones de las dimensiones (tablas cruzadas), cuadros de distribución y frecuencias establecidas con la prueba estadística Chi Cuadrado por el método de significación asimétrica bilateral: $p \leq 0.005$.

Una vez procesada la información, se llevará a cabo el análisis con el fin de obtener una mejor visualización de los resultados.

4.6. Procedimiento para la Ejecución del Estudio

Para llevar a cabo la presente investigación, fue necesario la participación de varios agentes, recursos y establecer políticas en la encuesta para obtener información, detalladas de la siguiente manera:

Agentes diversos:

- El (la) investigador (a): La persona interesada y responsable en elaborar la tesis.
- Asesor: Persona encargada para orientar y encaminar el trabajo de investigación por el investigador, designada por la Oficina de Grados y Títulos.
- Estadístico: También encargado por la Oficina de Grados y Títulos, pero para ayudar y asesorar temas involucrados con bases de datos y análisis estadístico que el investigador desempeñe.

Recursos:

- Lap top con acceso internet
- Memorias USB
- Impresora
- Hojas
- Libros relacionados

Políticas del estudio:

- Elección del tema de investigación, identificando el problema y planteando los objetivos.
- Extracción de información relacionada para construir el marco teórico
- Realizar cuestionarios y definir tiempos para llevar a cabo la encuesta lugares pertinentes, agradeciendo la participación anónima de los trabajadores que hayan sido encuestadas.
- Presentación de análisis y resultados obtenidos, para la definición de las conclusiones y recomendaciones.

Descripción de los pasos:

Para poder recopilar los datos y el muestreo, a continuación, se describirán los pasos ejecutados para su análisis:

- Recopilar información estadística para aproximar la cantidad de MyPEs en gamarra, y determinar un tamaño de muestra.
- Diseñar una encuesta de tipo Likert que ayuden a definir los datos generales del encuestado, determinar límites de tiempo y lugar para recopilar información de las MyPEs
- Durante la ejecución de la encuesta, se explicó a los empresarios y colaboradores la amplitud del propósito y alcance del estudio para iniciar con las preguntas de esta y escribir los resultados en la documentación preparada.
- Culminada las encuestas, se diseñó una base de datos según la información recolectada.
- Se procedió a analizar la data e ingresar al programa estadístico SPSS para complementar la información con datos estadísticos.

CAPÍTULO V

Resultados y Discusión

En el presente capítulo se muestra los análisis obtenidos por la encuesta realizada y la aplicación del programa SPSS para su monitoreo en los resultados.

5.1. Datos Cuantitativos:

Análisis univariado de los datos

En esta sección presento cada ítem considerado en el instrumento de medida de quienes analizamos los resultados con características de las personas encuestadas y por cada una de las preguntas realizadas, clasificados en una tabla de frecuencia con su correspondiente gráfico circular o de barras y un análisis descriptivo por lo observado en dicha tabla o el gráfico.

Características de los encuestados

Tabla 2
Edad de personas encuestadas

Años	Frecuencia	Porcentaje
24 – 30	7	17.1
31 – 40	11	26.8
41 – 50	13	31.7
51- 56	10	24.4
Total	41	100.0

Nota: Elaboración propia

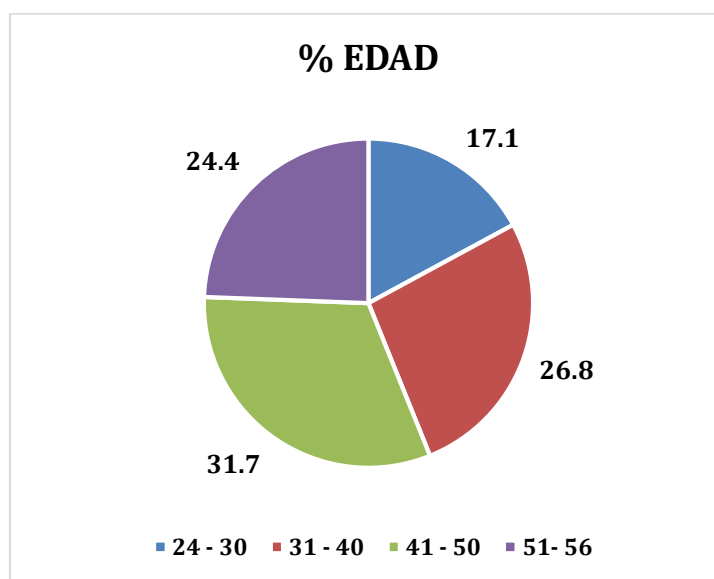


Figura 5. Edad de los encuestados, de las personas encuestadas, el 17.1% son jóvenes que tienen entre los años de 24 a 30, el 58.5% son adultos que oscilan entre los 31 a 50 años de edad y el 24.4% son personas mayores que tienen entre los 51 y 56 años de edad. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3
Sexo de las personas encuestadas

	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	20	48.8
Masculino	21	51.2
Total	41	100.0

Nota: Elaboración propia

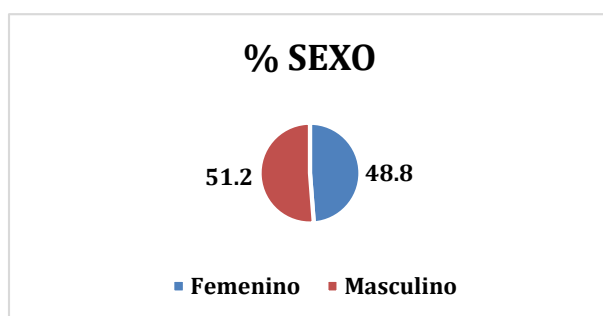


Figura 6. Porcentaje de sexo de las personas encuestadas. El 51.2% de las personas encuestadas, son personas del sexo Masculino, y el 48.8%, femenino. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4
Cargo que desempeñan las personas encuestadas

	Frecuencia	Porcentaje
Colaborador	18	43.9
Dueño	23	56.1
Total	41	100.0

Nota: Elaboración propia

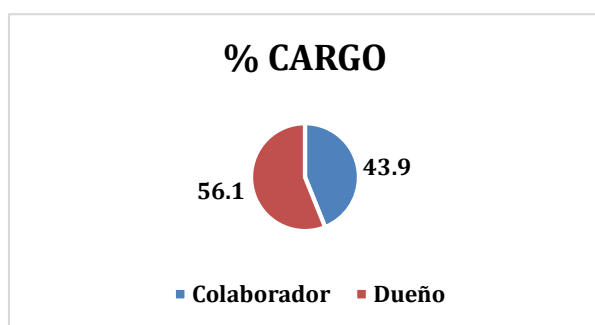


Figura 7. Cargo que desempeñan las personas encuestadas, la mayoría de las personas encuestadas en un 56.1%, son propietarios del negocio, y el resto de personas, en un 43.9% trabajan en el negocio como colaboradores. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5
Años en el negocio de los encuestados

# Años	Frecuencia	Porcentaje
01 – 03	16	39.0
04 – 06	16	39.0
07 – 09	4	9.8
10 – 13	5	12.2
Total	41	100.0

Nota: Elaboración propia

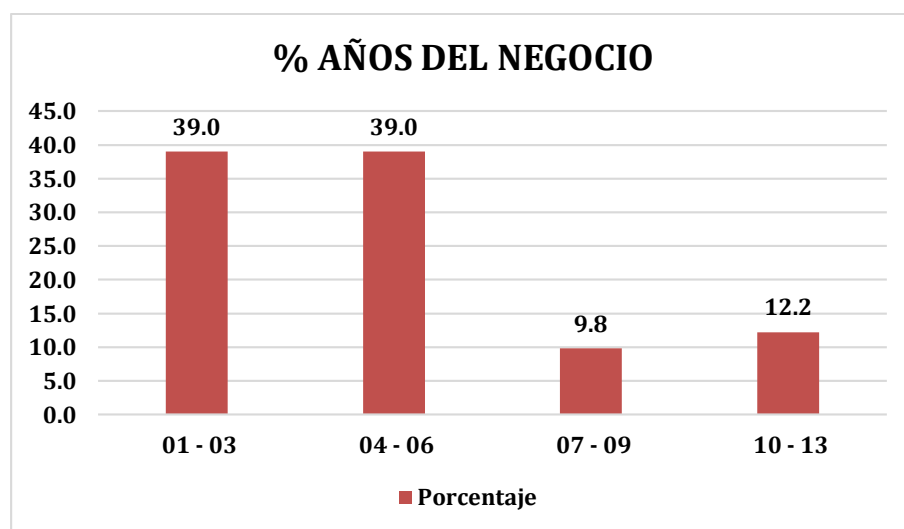


Figura 8. Años en negocio de las personas encuestadas, el 39% vienen laborando de 1 a 3 años en el mismo negocio, con el mismo porcentaje, de 4 a 6 años, el 9.8% labora entre 7 a 9 años, y el 12.2% viene laborando más de 10 años en el negocio. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6
Años en el rubro de los encuestados

# Años	Frecuencia	Porcentaje
01 - 03	7	17.1
04 - 06	9	22.0
07 - 09	8	19.5
10 - 12	7	17.1
13 - 15	8	19.5
16 - 17	2	4.8
Total	41	100.0

Nota: Elaboración propia

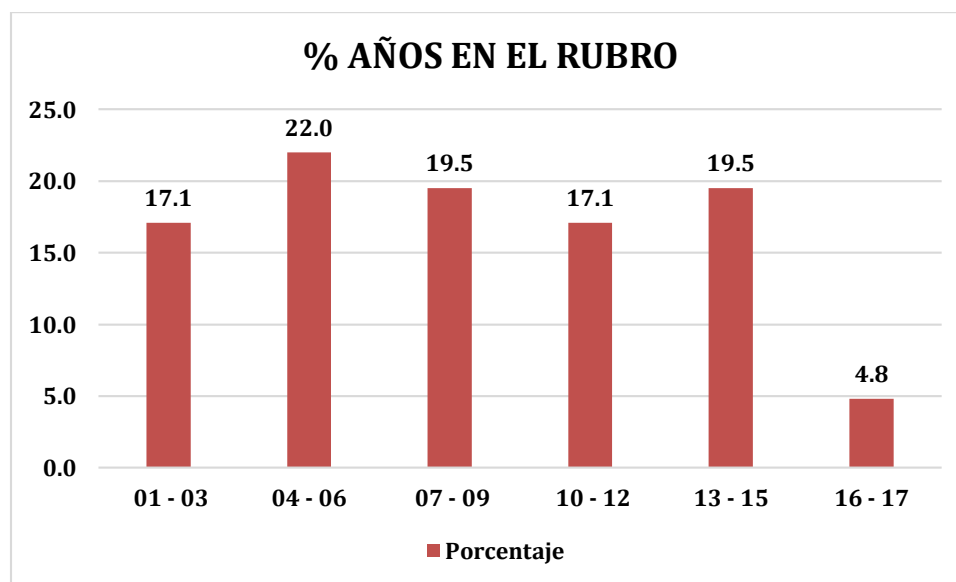


Figura 9. Años en el rubro de las personas encuestadas, El 39.1% de las personas encuestadas, mencionaron tener de 1 a 6 años laborando en el mismo rubro, el 36.6%, vienen laborando entre 7 a 12 años en el rubro, y el resto, en 24% cuentan con más de 13 años de experiencia en el rubro. Fuente: Elaboración propia.

Preguntas de la encuesta:

Pregunta 1: ¿Es importante manejar bien el dinero?.

Tabla 7

Es importante manejar bien el dinero

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Definitivamente no	0	0
2	Probablemente no	2	4.9
3	Indeciso	4	9.8
4	Probablemente sí	22	53.7
5	Definitivamente sí	13	31.7
	Total	41	100.0

Nota: Elaboración propia

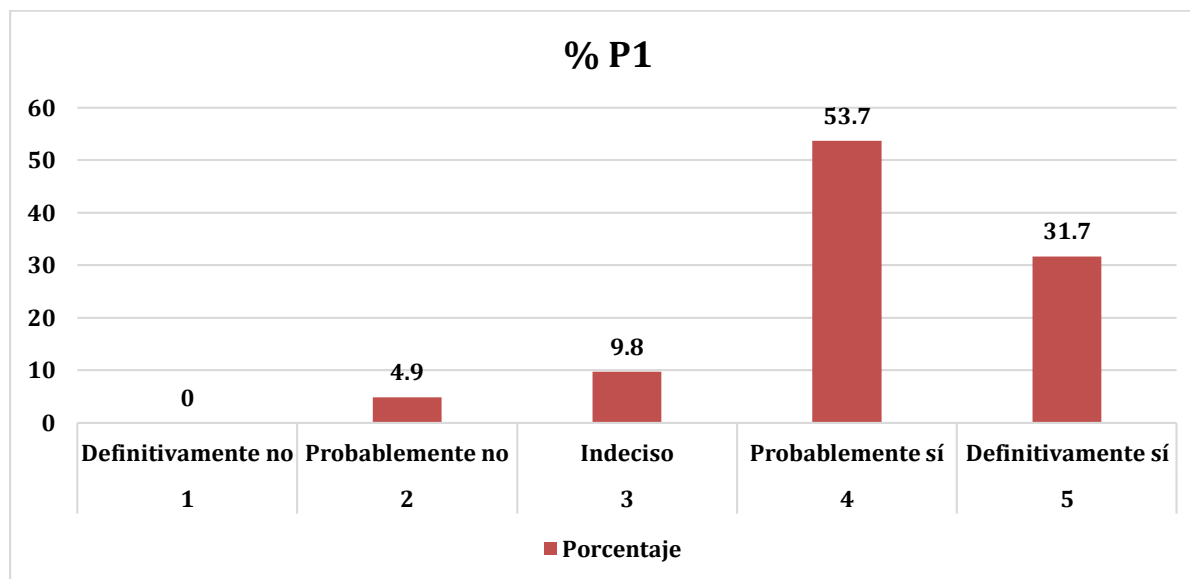


Figura 10. Es importante manejar bien el dinero, el 85.4% del total de las personas encuestadas, están muy de acuerdo con la importancia de manejar bien el dinero, el 9.8% mantienen una postura indecisa, no saben no opinan, mientras que el 4.9% no conoce a rasgos la importancia de manejar bien el dinero. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 2: ¿Tiene estrategias financieras en el negocio?

Tabla 8

Tiene estrategias financieras en el negocio

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Nunca	2	4.9
2	Muy pocas veces	7	17.1
3	Algunas veces	14	34.1
4	Casi siempre	11	26.8
5	Siempre	7	17.1
	Total	41	100.0

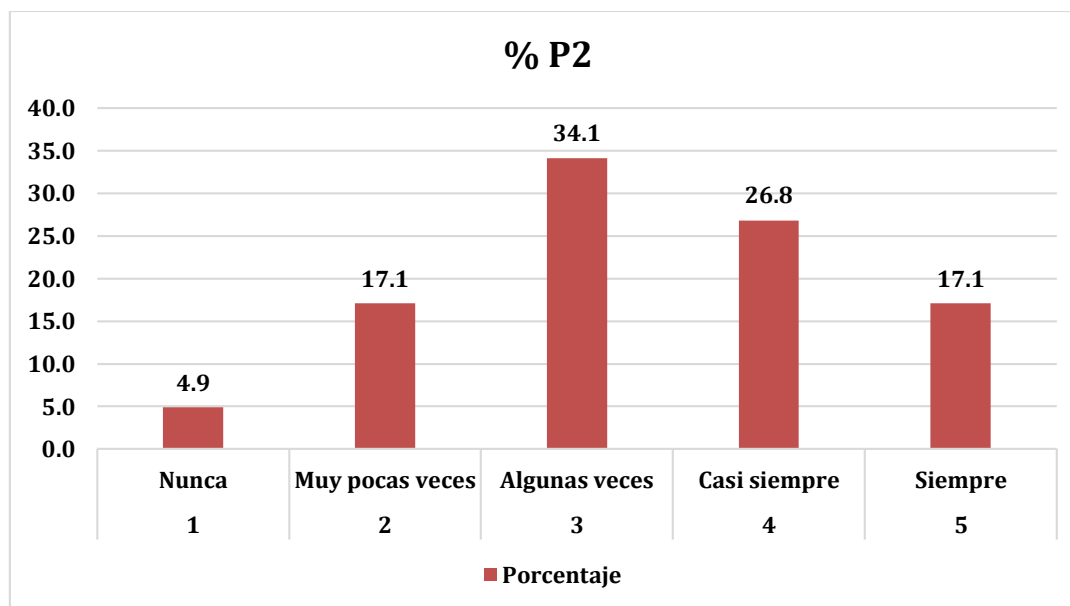
Nota: Elaboración propia

Figura 11. Estrategias financieras en el negocio, el 22% de las personas encuestadas no cuenta con estrategias financieras, el 34.1% no tienen estrategias muy claras o definidas, y el 43.9%, usualmente o siempre elabora sus estrategias financieras. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 3: ¿Sabes lo importante que es manejar tus finanzas?

Tabla 9

Sabes lo importante que es manejar tus finanzas

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Nada de acuerdo	1	2.4
2	Poco de acuerdo	6	14.6
3	De acuerdo	7	17.1
4	Muy de acuerdo	15	36.6
5	Totalmente de acuerdo	12	29.3
	Total	41	100.0

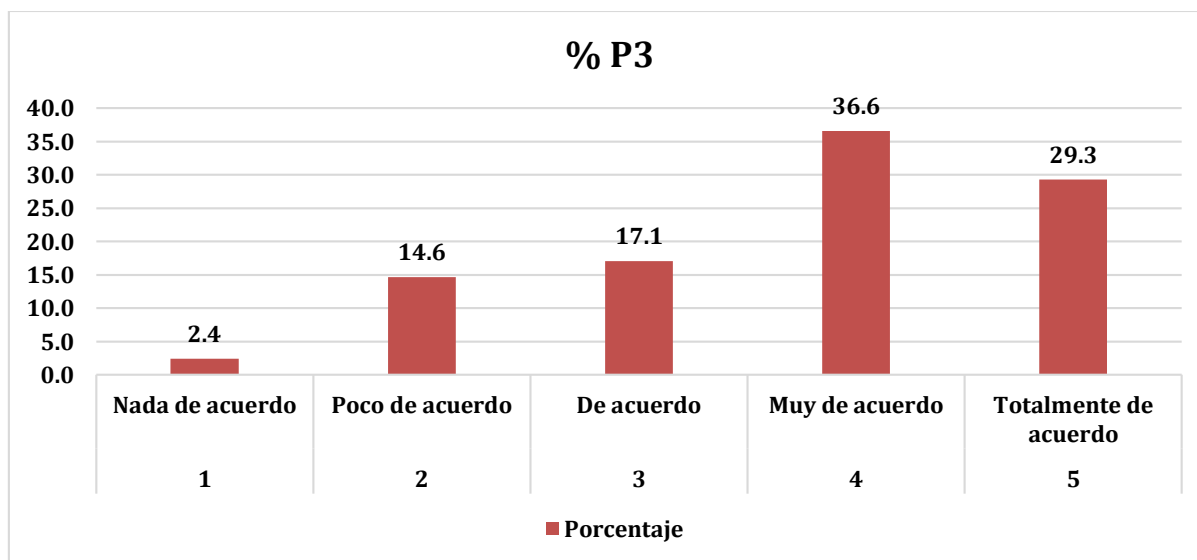
Nota: Elaboración propia

Figura 12. Sabes lo importante que es manejar tus finanzas, el 17.1% del total de las personas encuestadas no están de acuerdo con la importancia y el manejo de las finanzas, los otros 17.1% conocen, están de acuerdo pero no se encuentran convencidos, mientras que el 65.9% conoce y sabe su importancia. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 4: ¿Tienes la habilidad de mejorar los ingresos de la empresa?

Tabla 10

Sabes lo importante que es manejar tus finanzas

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Nunca	2	4.9
2	Muy pocas veces	5	12.2
3	Algunas veces	9	22.0
4	Casi siempre	14	34.1
5	Siempre	11	26.8
	Total	41	100.0

Nota: Elaboración propia

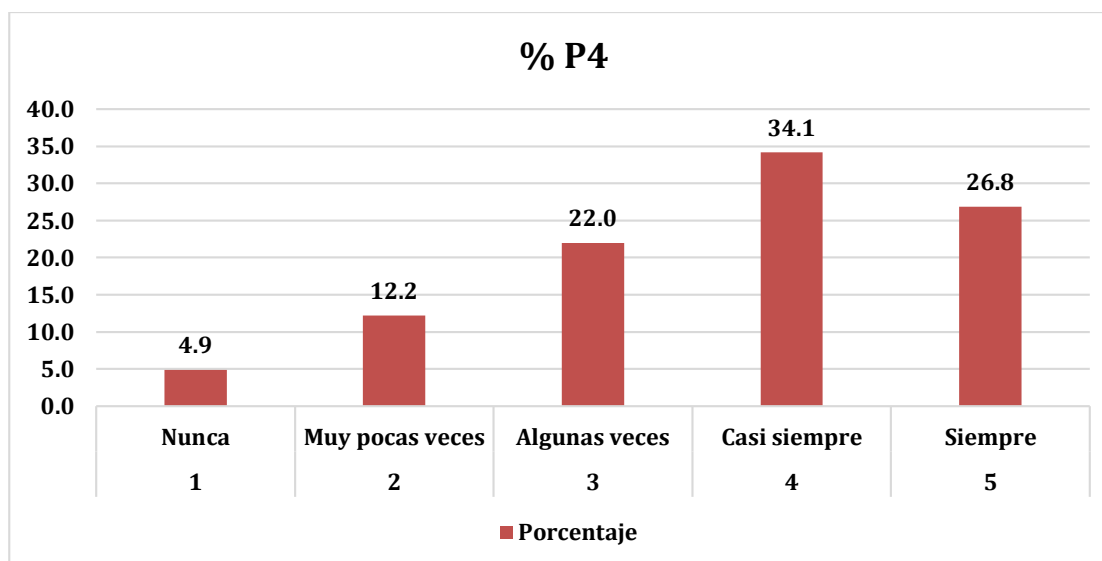


Figura 13. Tienes la habilidad de mejorar los ingresos de la empresa, en su mayoría de las personas encuestadas en un 61% menciona contar con las habilidades para mejorar la situación del negocio, mientras que el 22% no se encuentra convencido de sus habilidades y el 17.1% no maneja sus habilidades. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 5: ¿Su experiencia es suficiente para dirigir y manejar bien las finanzas de su negocio?

Tabla 11

Su experiencia es suficiente para dirigir y manejar bien las finanzas de su negocio

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Definitivamente no	12	29.3
2	Probablemente no	4	9.8
3	Indeciso	2	4.9
4	Probablemente sí	10	24.4
5	Definitivamente sí	13	31.7
	Total	41	100.0

Nota: Elaboración propia

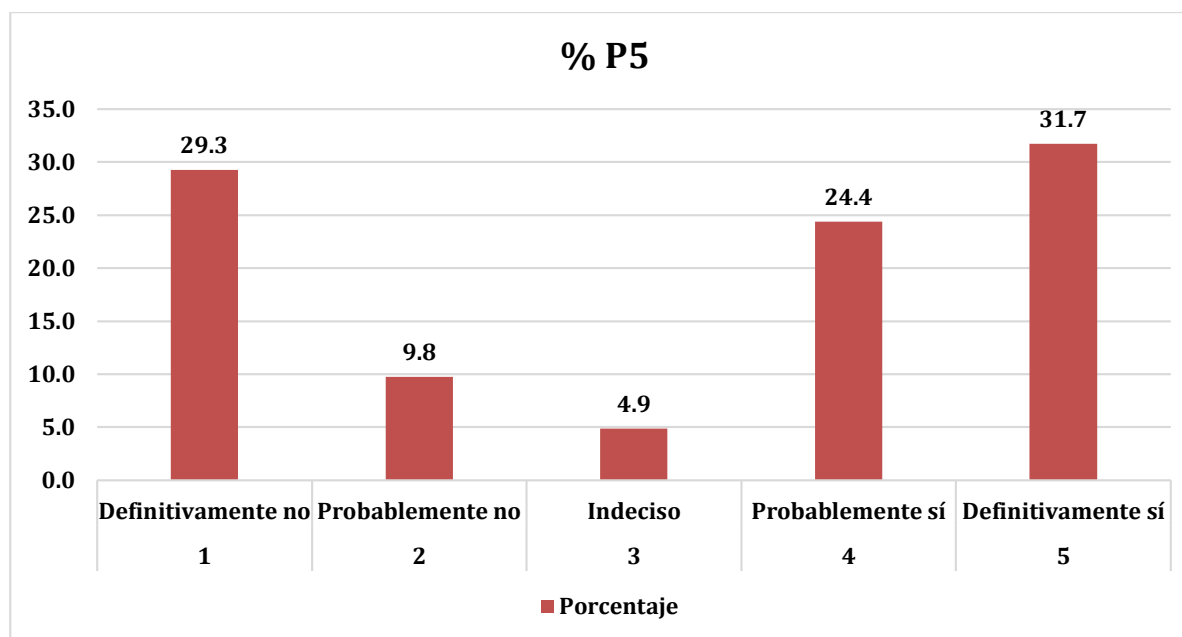


Figura 14. Su experiencia es suficiente para dirigir y manejar bien las finanzas de su negocio, el 56.1% de las personas encuestadas mencionan tener experiencia suficiente para dirigir y manejar bien las finanzas del negocio, el 4.9% solo cuenta con experiencia y el otro 39% no cuenta con experiencia en las finanzas. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 6: ¿El negocio es fruto de su esfuerzo y experiencia?

Tabla 12

El negocio es fruto de su esfuerzo y experiencia

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Definitivamente no	14	34.1
2	Probablemente no	5	12.2
3	Indeciso	0	0.0
4	Probablemente sí	1	2.4
5	Definitivamente sí	21	51.2
	Total	41	100.0

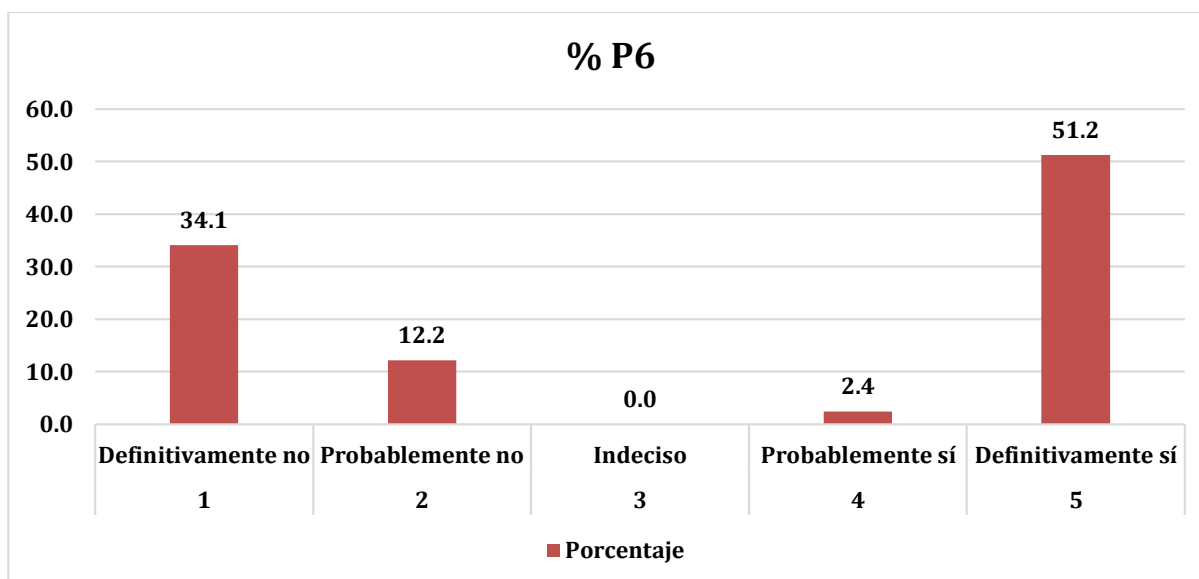
Nota: Elaboración propia

Figura 15. El negocio es fruto de su esfuerzo y experiencia, la mayoría de los encuestados, al 53.7%, declaran que el negocio fue por el resultado de sus esfuerzos y experiencia dedicada, mientras que el 46.3% niega tener participación en los resultados del negocio. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 7: ¿Asiste a capacitaciones que le ayudan a mejorar el manejo de su negocio?

Tabla 13

Asiste a capacitaciones que le ayudan a mejorar el manejo de su negocio

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Nunca	17	41.5
2	Muy pocas veces	11	26.8
3	Algunas veces	10	24.4
4	Casi siempre	3	7.3
5	Siempre	0	0.0
	Total	41	100.0

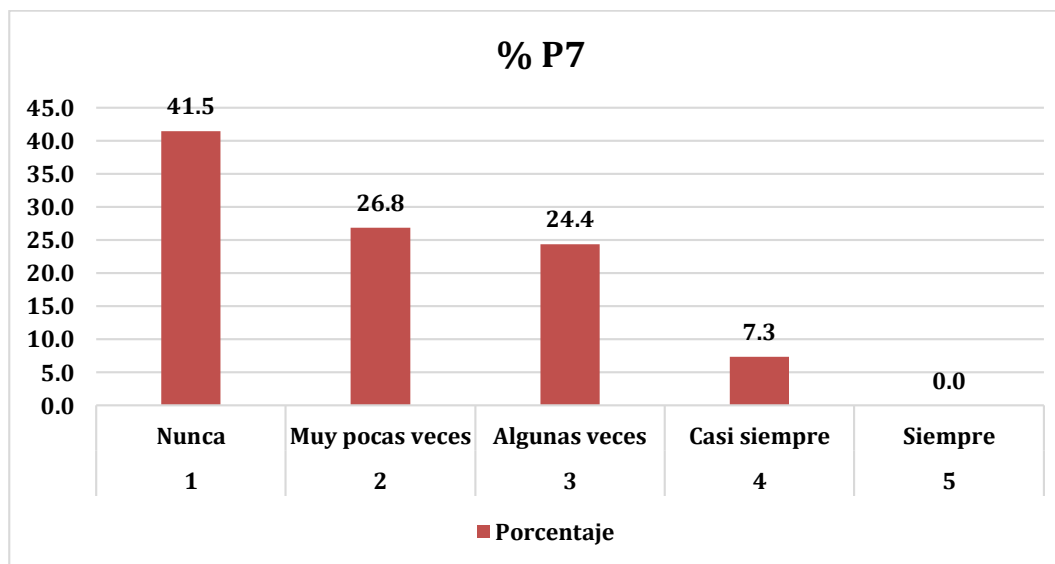
Nota: Elaboración propia

Figura 16. Asiste a capacitaciones que le ayudan a mejorar el manejo de su negocio, el 41.5% de las personas encuestadas nunca asiste a capacitaciones acerca de cómo manejar su negocio, el 26.8% asiste muy pocas veces, el 24.4% asiste raras veces, y los otros 7.3% asiste reculamente a capacitaciones del manejo de negocio. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 8: ¿La última vez que asistió a una capacitación tuvo que ver en el rubro de su actividad?

Tabla 14

La última vez que asistió a una capacitación tuvo que ver en el rubro de su actividad

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Nada de acuerdo	19	46.3
2	Poco de acuerdo	11	26.8
3	De acuerdo	7	17.1
4	Muy de acuerdo	4	9.8
5	Totalmente de acuerdo	0	0.0
	Total	41	100.0

Nota: Elaboración propia

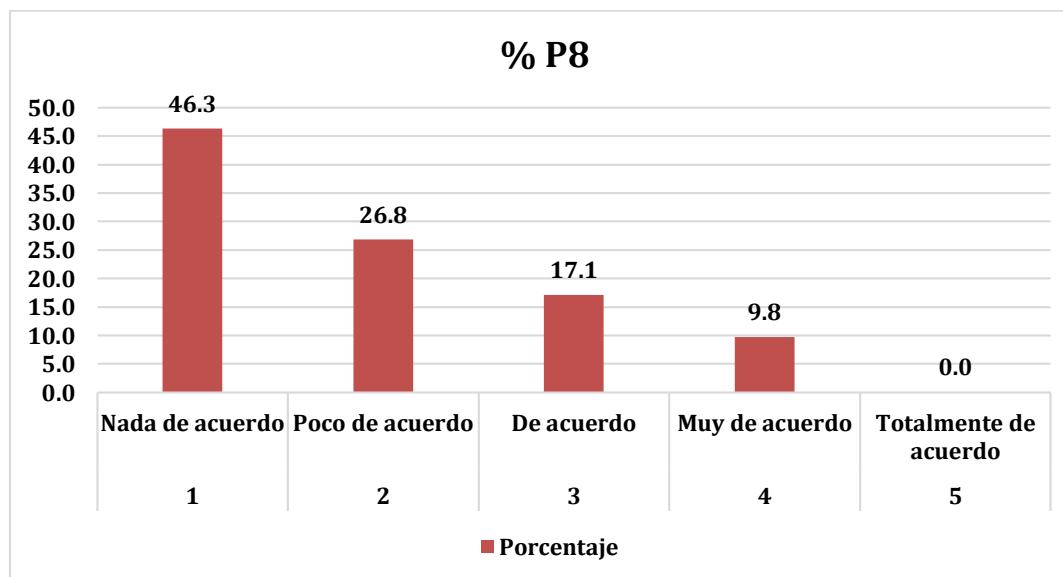


Figura 17. La última vez que asistió a una capacitación tuvo que ver en el rubro de su actividad, el 9.8% menciona haber asistido a alguna capacitación que lo ayudó en el rubro de la actividad desempeñada, el 17.1% no se encuentra muy convencido por los temas tratados y el 73.2%, no asistieron a capacitaciones que los ayudaron. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 9: ¿Tengo claro las metas que quiero lograr con mi negocio este año?

Tabla 15

Tengo claro las metas que quiero lograr con mi negocio este año

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Definitivamente no	12	29.3
2	Probablemente no	9	22.0
3	Indeciso	7	17.1
4	Probablemente sí	5	12.2
5	Definitivamente sí	8	19.5
	Total	41	100.0

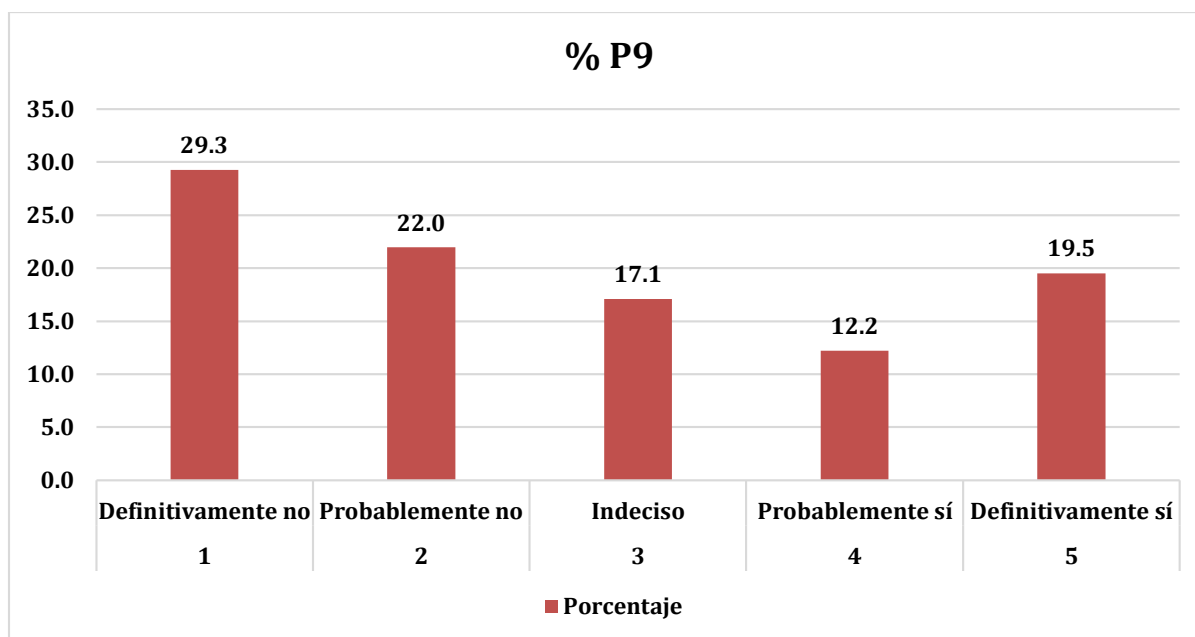
Nota: Elaboración propia

Figura 18. ¿Tengo claro las metas que quiero lograr con mi negocio este año?, el 31.7% de los encuestados, tienen claro las metas que quieren lograr en el presente año, el 17.1% aún no las tiene definidas o claras, mientras que el resto en un 51.2%, no lo planearon. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 10: ¿Cómo quisieras ver tus finanzas del negocio en el futuro, mejor?

Tabla 16

Cómo quisieras ver tus finanzas del negocio en el futuro, mejor

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Nada de acuerdo	8	19.5
2	Poco de acuerdo	5	12.2
3	De acuerdo	5	12.2
4	Muy de acuerdo	14	34.1
5	Totalmente de acuerdo	9	22.0
	Total	41	100.0

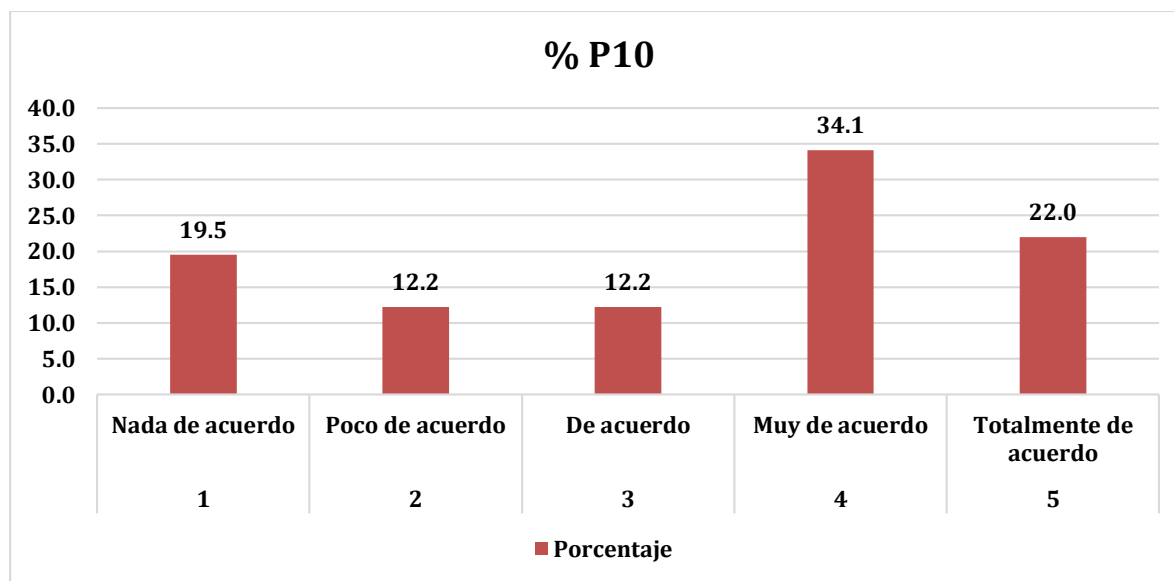
Nota: Elaboración propia

Figura 19. ¿Cómo quisieras ver tus finanzas del negocio en el futuro, mejor?, el 56.1% saben qué quieren lograr en sus finanzas en el futuro para mejorar, el 12.2% no se encuentra muy convencido por sus objetivos, y el 31.7% no lo tienen planificado. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 11: ¿Tiene pensado que metas quieres lograr en el negocio dentro de 2 años?

Tabla 17

Tiene pensado que metas quieres lograr en el negocio dentro de 2 años

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Definitivamente no	12	29.3
2	Probablemente no	2	4.9
3	Indeciso	6	14.6
4	Probablemente sí	9	22.0
5	Definitivamente sí	12	29.3
	Total	41	100.0

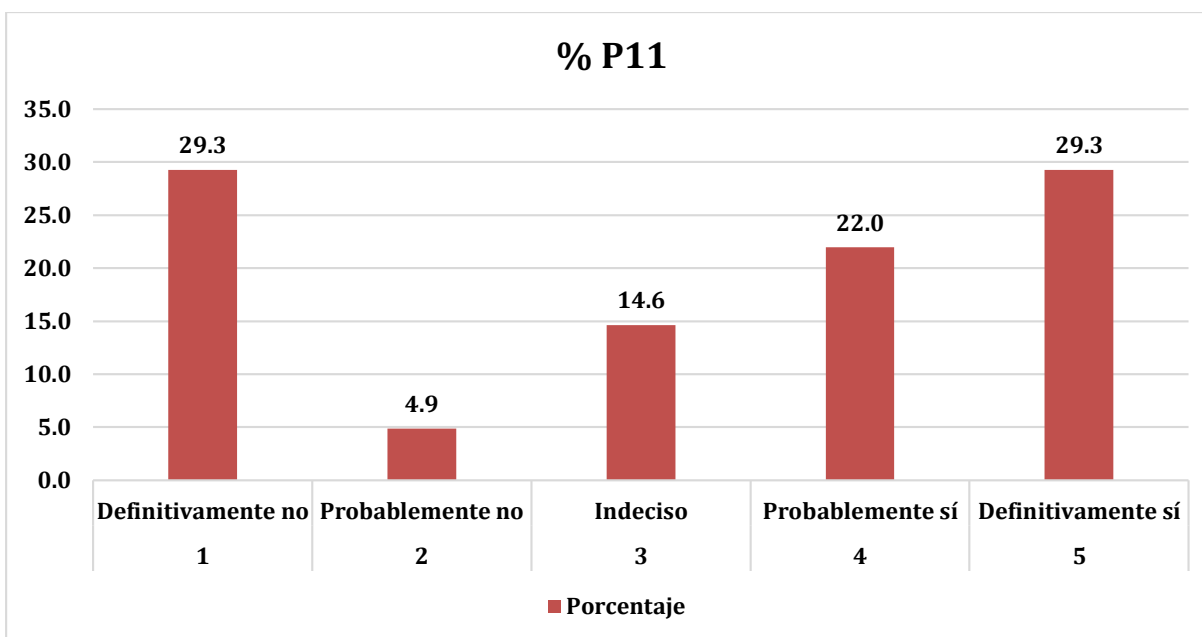
Nota: Elaboración propia

Figura 20. ¿Tiene pensado que metas quieres lograr en el negocio dentro de 2 años?, la mayoría de los encuestados, en un 51.2%, saben que metas quieren lograr en 2 años, el 14.6% aún no se están seguros de su proyección, mientras que el 34.1% no tienen ni idea. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 12: Dentro de 2 años, ¿Te verás como una empresa grande

Tabla 18

Dentro de 2 años, ¿Te verás como una empresa grande

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Definitivamente no	12	29.3
2	Probablemente no	3	7.3
3	Indeciso	7	17.1
4	Probablemente sí	8	19.5
5	Definitivamente sí	11	26.8
	Total	41	100.0

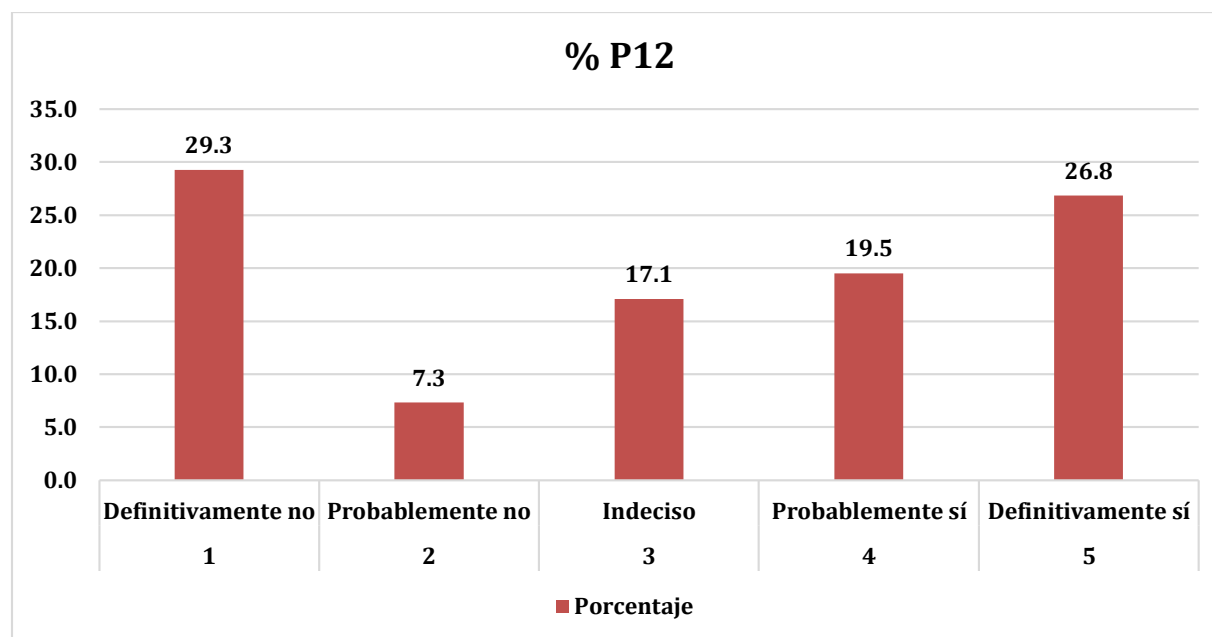
Nota: Elaboración propia

Figura 21. Dentro de 2 años, ¿Te verás como una empresa grande?, el 46.3% de las personas encuestadas, se ven en el negocio siendo parte de las empresas grandes dentro de 2 años, el 17.1% no lo tiene definido y el 36.6% no tienen visiones en 2 años. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 13: ¿La diferencia que tienes con otros negocios es por la calidad de tus productos?

Tabla 19

La diferencia que tienes con otros negocios es por la calidad de tus productos

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Definitivamente no	0	0.0
2	Probablemente no	2	4.9
3	Indeciso	8	19.5
4	Probablemente sí	8	19.5
5	Definitivamente sí	23	56.1
	Total	41	100.0

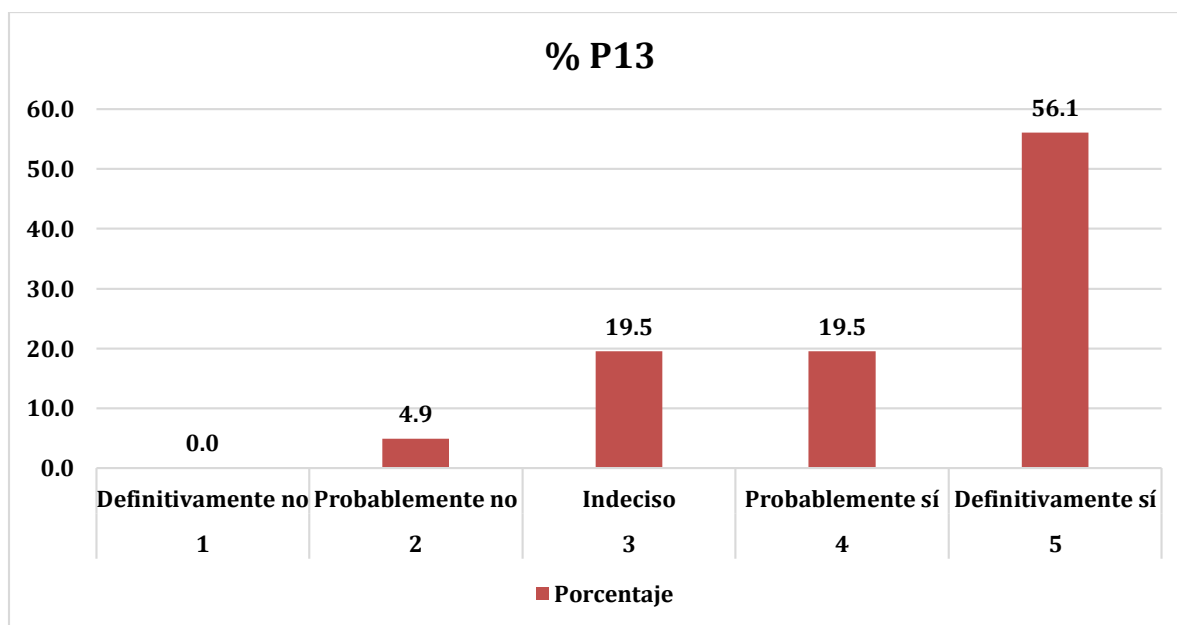
Nota: Elaboración propia

Figura 22. ¿La diferencia que tienes con otros negocios es por la calidad de tus productos?, por el 75.6% de personas encuestadas mencionan que sus productos se diferencian por la calidad que ofrecen, el 19.5% no tienen conocimiento si la calidad es su diferenciación, y el 4.9% niegan ser diferenciados por su calidad. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 14: ¿La diferencia que tienes con otros negocios es por los diseños de sus prendas que cumplan las necesidades de los clientes?

Tabla 20

La diferencia que tienes con otros negocios es por los diseños de sus prendas que cumplan las necesidades de los clientes

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Definitivamente no	0	0.0
2	Probablemente no	3	7.3
3	Indeciso	8	19.5
4	Probablemente sí	11	26.8
5	Definitivamente sí	19	46.3
	Total	41	100.0

Nota: Elaboración propia

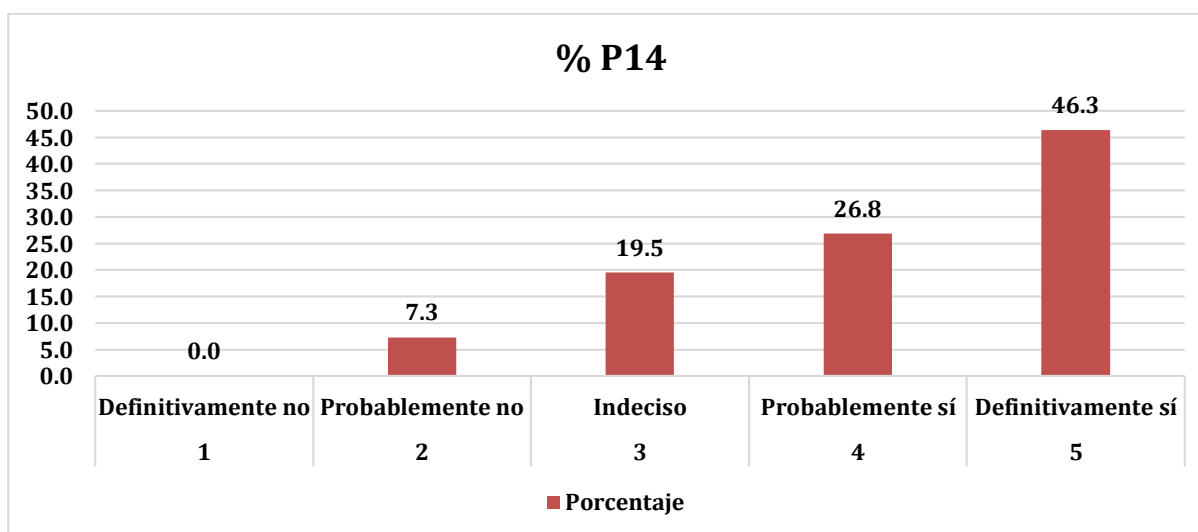


Figura 23. ¿La diferencia que tienes con otros negocios es por los diseños de sus prendas que cumplan las necesidades de los clientes?, el 73.2% de los encuestados mencionan contar con diseños que cumplan las necesidades de los clientes y los diferencie de otros negocios, el 19.5% no sabe no opina, y el 7.3% menciona que no cuentan con buenos diseños.

Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 15: ¿Realizas negocios con tus proveedores a fin de obtener buenos costos?

Tabla 21

Realizas negocios con tus proveedores a fin de obtener buenos costos

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Nunca	7	17.1
2	Muy pocas veces	5	12.2
3	Algunas veces	7	17.1
4	Casi siempre	18	43.9
5	Siempre	4	9.8
	Total	41	100.0

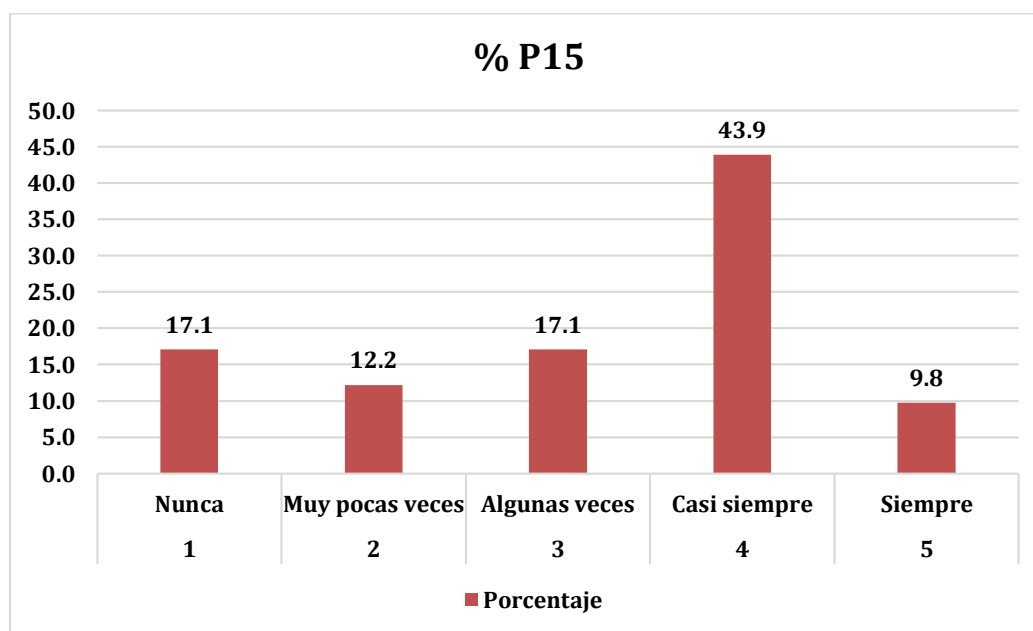
Nota: Elaboración propia

Figura 24. ¿Realizas negocios con tus proveedores a fin de obtener buenos costos?, de los encuestados el 53.7% mantiene negocios con los proveedores para obtener mejores costos, el 17.1% lo realiza pocas veces, y el 29.3% no tiene lazos de ningún tipo de negocio con proveedores. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 16: ¿Tienes acuerdos comerciales con otros negocios similares a la tuya a fin de mejorar sus productos?

Tabla 22

Tienes acuerdos comerciales con otros negocios similares a la tuya a fin de mejorar sus productos

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Nunca	12	29.3
2	Muy pocas veces	14	34.1
3	Algunas veces	8	19.5
4	Casi siempre	6	14.6
5	Siempre	1	2.4
	Total	41	100.0

Nota: Elaboración propia

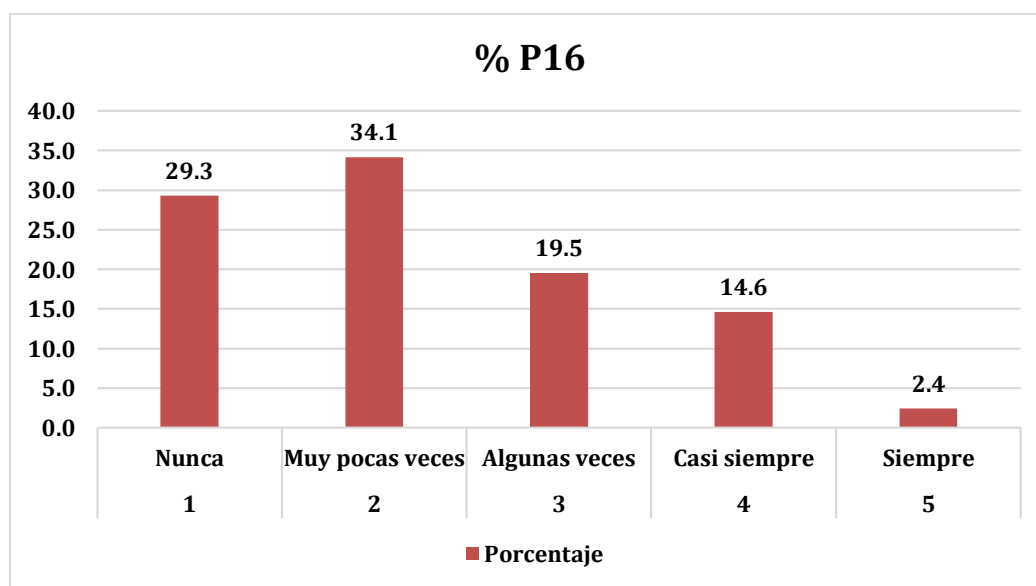


Figura 25. ¿Tienes acuerdos comerciales con otros negocios similares a la tuya a fin de mejorar sus productos?, el 63.4% de los encuestados, más de la mayoría manifiesta no tener acuerdos comerciales con negocios similares, el 19.5% realiza negociaciones pocas veces y el 17.1% mantiene algún tipo de negocio. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 17: ¿La demanda de tus productos se da por los buenos precios que ofreces?

Tabla 23

La demanda de tus productos se da por los buenos precios que ofreces

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Definitivamente no	2	4.9
2	Probablemente no	3	7.3
3	Indeciso	13	31.7
4	Probablemente sí	15	36.6
5	Definitivamente sí	8	19.5
	Total	41	100.0

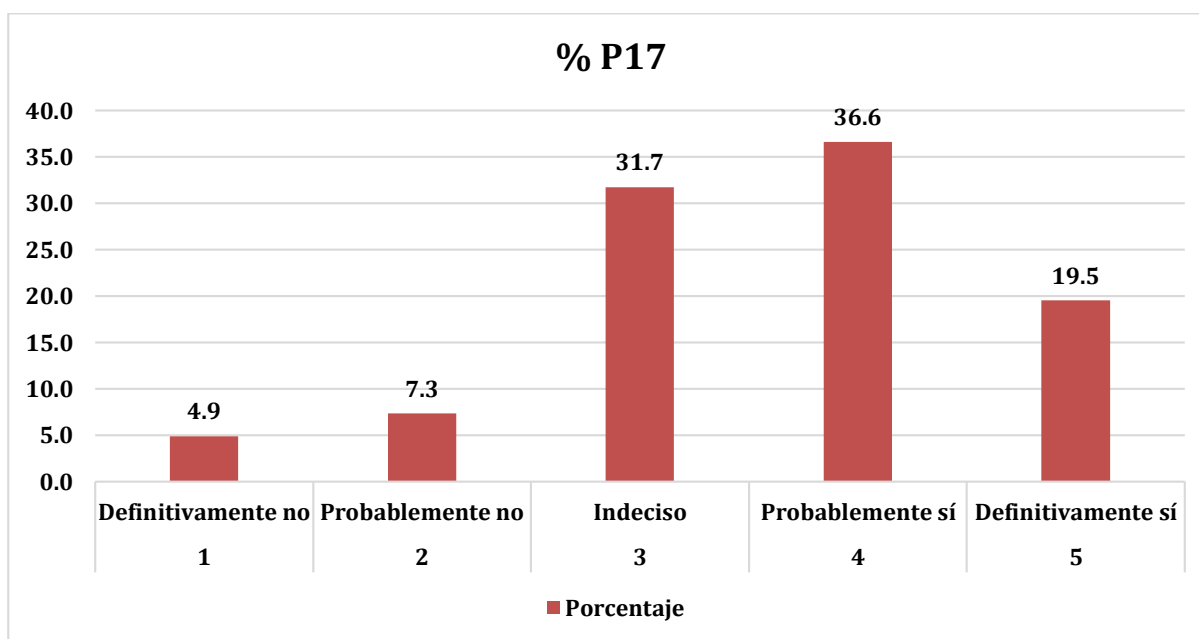
Nota: Elaboración propia

Figura 26. ¿La demanda de tus productos se da por los buenos precios que ofreces?, el 56.1% manifiesta tener precios competitivos que atraen a la demanda, el 31.7% no sabe si la demanda es por sus precios y los otros 12.2% manifiesta no tener buenos precios. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 18: ¿Defines los precios de tus productos en base a tus costos?

Tabla 24

Defines los precios de tus productos en base a tus costos

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Nada de acuerdo	1	2.4
2	Poco de acuerdo	5	12.2
3	De acuerdo	9	22.0
4	Muy de acuerdo	14	34.1
5	Totalmente de acuerdo	12	29.3
	Total	41	100.0

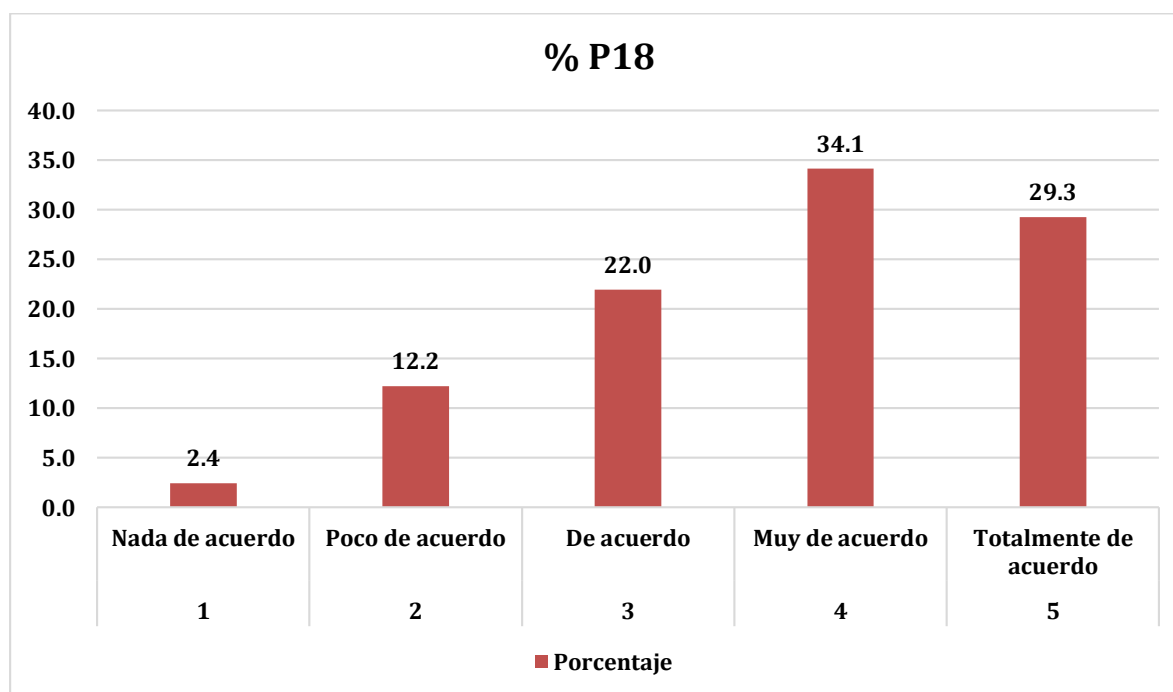
Nota: Elaboración propia

Figura 27. ¿Defines los precios de tus productos en base a tus costos?, el 63.4% menciona fijar precios justos, mientras que el 14.6% no realiza los cálculos exactos para definir precios, y el 22% no opina. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 19: ¿Su personal está capacitado para ofrecer una buena atención de calidad?

Tabla 25

Su personal está capacitado para ofrecer una buena atención de calidad

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Nada de acuerdo	3	7.3
2	Poco de acuerdo	16	39.0
3	De acuerdo	13	31.7
4	Muy de acuerdo	9	22.0
5	Totalmente de acuerdo	0	0.0
	Total	41	100.0

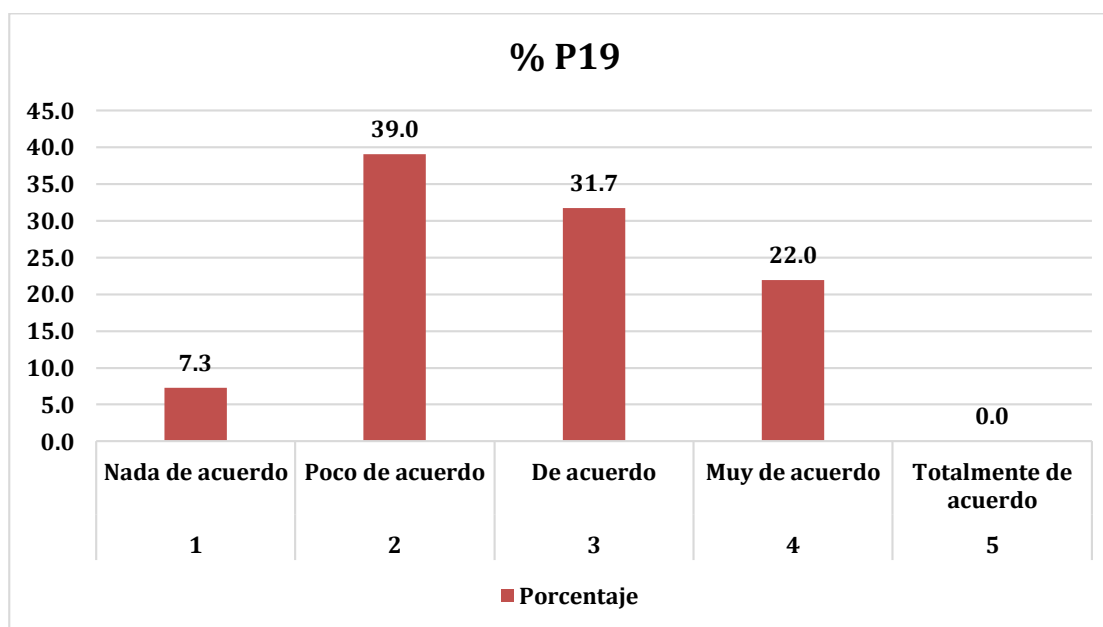
Nota: Elaboración propia

Figura 28. ¿Su personal está capacitado para ofrecer una buena atención de calidad?, el 22% realiza usualmente capacitaciones a su personal para mejorar el nivel de atención, mientras que el 31.7% realiza estas capacitaciones de vez en cuando, y el 46.3% no realiza estas charlas informativas a su personal. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 20: ¿Las instalaciones del área de atención al cliente son buenas?

Tabla 26

Las instalaciones del área de atención al cliente son buenas

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Definitivamente no	0	0.0
2	Probablemente no	7	17.1
3	Indeciso	8	19.5
4	Probablemente sí	23	56.1
5	Definitivamente sí	3	7.3
	Total	41	100.0

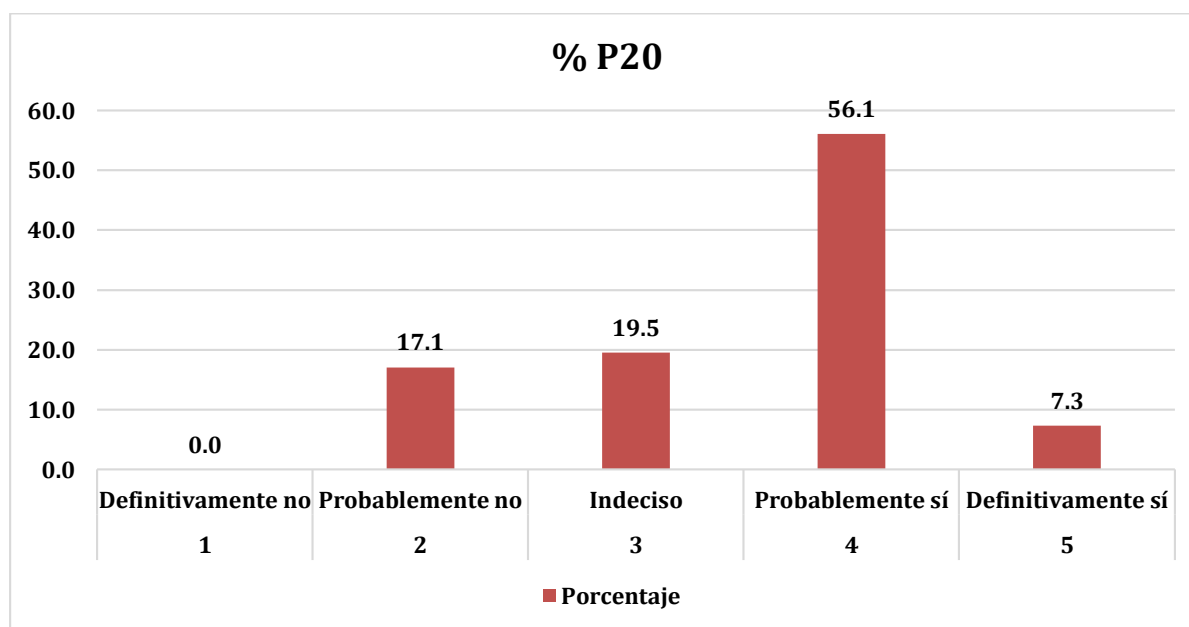
Nota: Elaboración propia

Figura 29. ¿Las instalaciones del área de atención al cliente son buenas?, el 63.4% de los encuestados mencionan contar con buenas instalaciones en el área de atención al cliente, el 19.5% no se encuentran convencidos por el estado de sus instalaciones, y los otros 36.6% declaran no contar con buenas instalaciones adecuadas para la atención. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 21: ¿Los equipos que utilizas en tu producción son las adecuadas para el trabajo?

Tabla 27

Los equipos que utilizas en tu producción son las adecuadas para el trabajo

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Definitivamente no	4	9.8
2	Probablemente no	5	12.2
3	Indeciso	17	41.5
4	Probablemente sí	9	22.0
5	Definitivamente sí	6	14.6
	Total	41	100.0

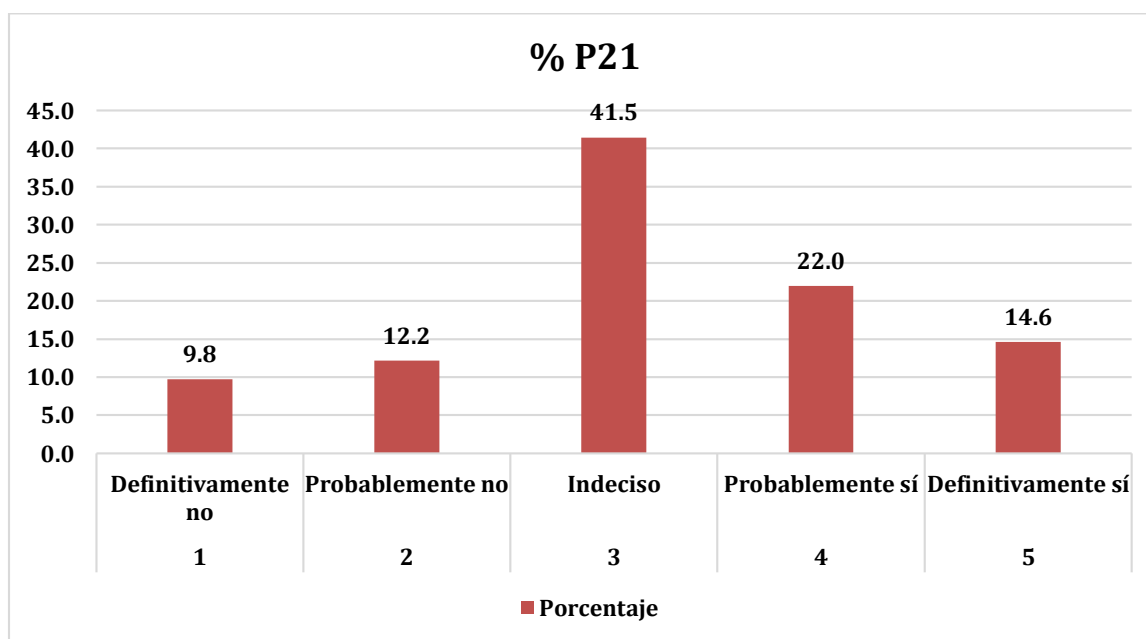
Nota: Elaboración propia

Figura 30. ¿Los equipos que utilizas en tu producción son las adecuadas para el trabajo?, El 36.6% menciona tener adecuados equipos que utilizan en el proceso productivo, el 41.5% cuenta con equipos no muy buenos, pero tampoco malos, y el resto, no cuenta con equipos utilizables en un 22%. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 22: ¿Realizas mantenimientos a tus equipos para no interferir en la producción?

Tabla 28

Realizas mantenimientos a tus equipos para no interferir en la producción

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Nunca	9	22.0
2	Muy pocas veces	7	17.1
3	Algunas veces	12	29.3
4	Casi siempre	10	24.4
5	Siempre	3	7.3
	Total	41	100.0

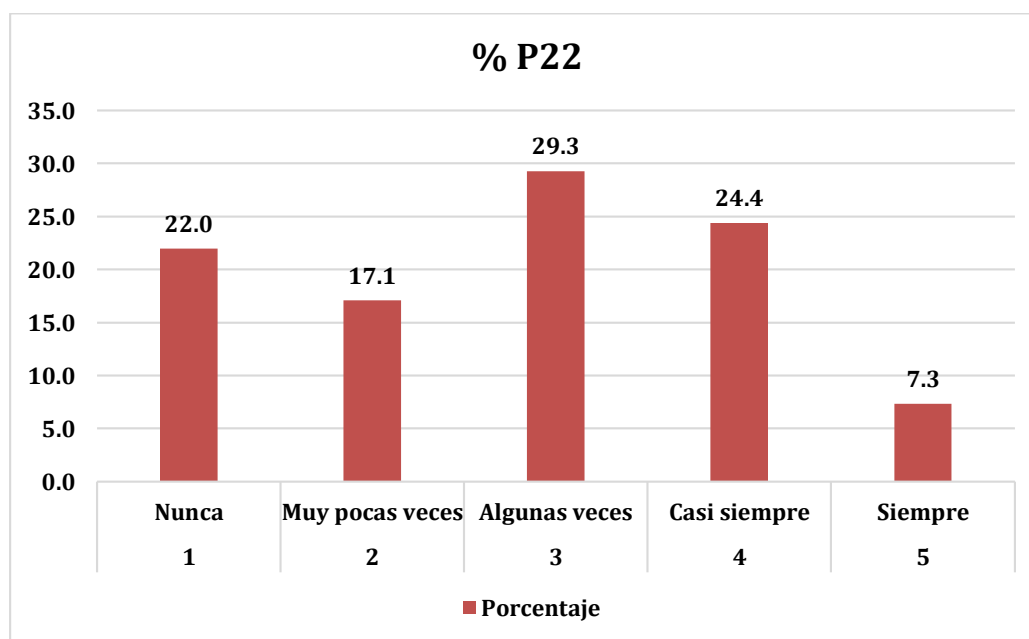
Nota: Elaboración propia

Figura 31. ¿Realizas mantenimientos a tus equipos para no interferir en la producción?, el 7.3% realiza siempre el mantenimiento adecuado a los equipos, el 24.4% lo hace de vez en cuando, el 46.3% realiza mantenimiento muy raras veces, y el 22% no realiza mantenimiento. Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 23: ¿Tú negocio cuenta con los recursos suficientes para la producción y este cree nuevos productos?

Tabla 29

Tú negocio cuenta con los recursos suficientes para la producción y este cree nuevos productos

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Nunca	3	7.3
2	Muy pocas veces	4	9.8
3	Algunas veces	7	17.1
4	Casi siempre	16	39.0
5	Siempre	11	26.8
	Total	41	100.0

Nota: Elaboración propia

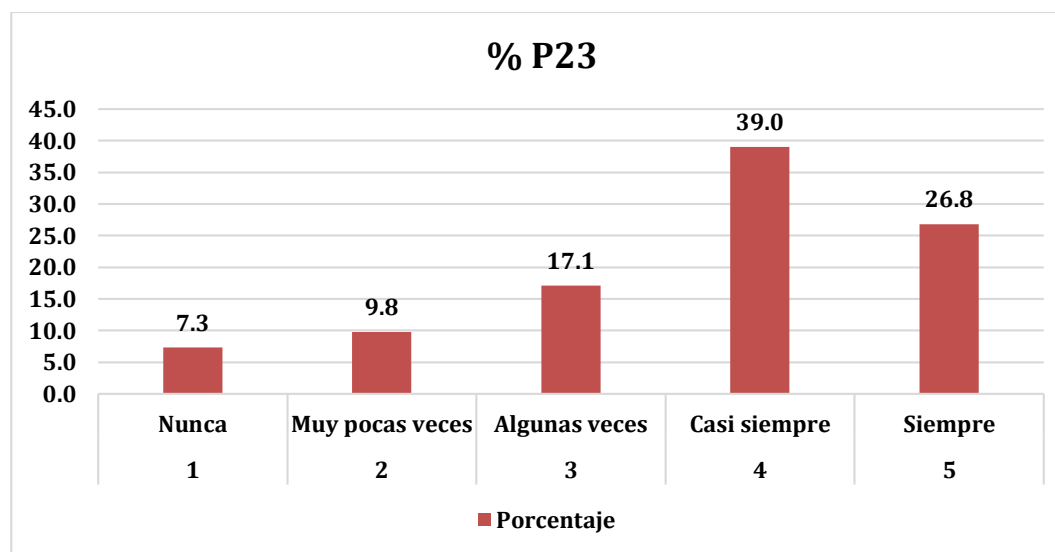


Figura 32. ¿Tú negocio cuenta con los recursos suficientes para la producción y este cree nuevos productos?, el 26.8% menciona que cuenta con recursos suficientes para la producción y este crea nuevos productos, el 39% cuenta con recursos para la producción, el 26.8% no cuenta con todos los recursos y el 7.3% no cuenta con recursos para producir.

Fuente: Elaboración propia.

Pregunta 24: ¿En las campañas por estaciones o días feriados, produces más, menos o igual?

Tabla 30

En las campañas por estaciones o días feriados, produces más, menos o igual

	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Nunca	0	0.0
2	Muy pocas veces	2	4.9
3	Algunas veces	2	4.9
4	Casi siempre	14	34.1
5	Siempre	23	56.1
	Total	41	100.0

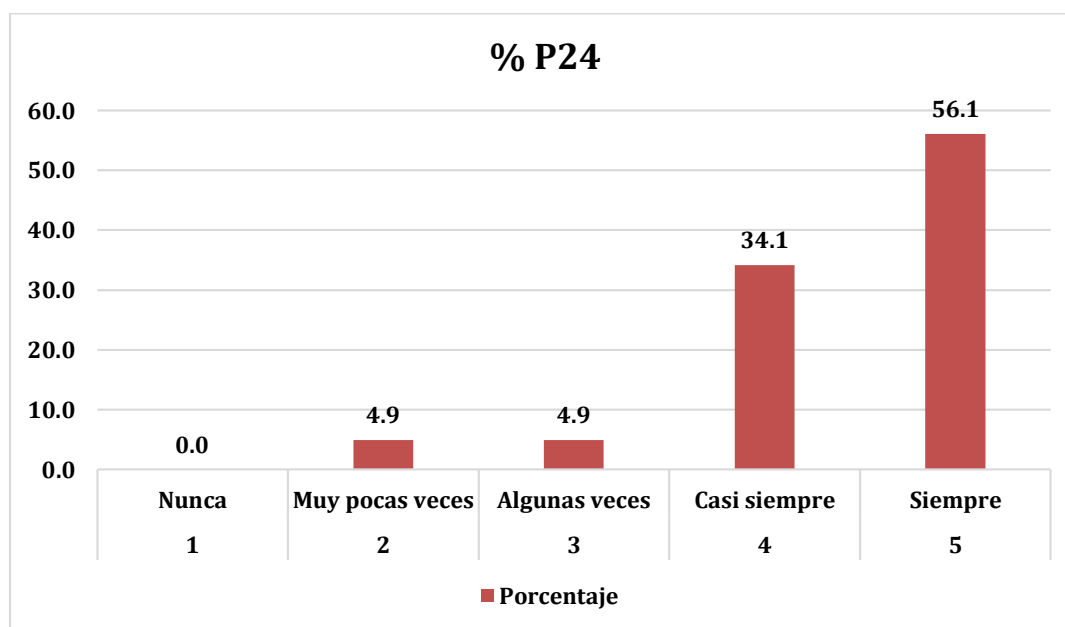
Nota: Elaboración propia

Figura 33. ¿En las campañas por estaciones o días feriados, produces más, menos o igual?, el 90.2% produce más en cambios por las estaciones y feriados, mientras que el 4.9% mantiene su producción y el resto en otros 4.9%, baja su producción. Fuente: Elaboración propia.

5.2. Análisis de Resultados

En el presente trabajo se evalúa las estrategias financieras y su incidencia en el crecimiento empresarial de las MyPEs de Gamarra, para lo cual se propuso una hipótesis general y tres hipótesis específicas.

Para contrastar la hipótesis se recopiló información ejecutando una encuesta con 24 preguntas, de los cuales fueron 12 preguntas para la variable independiente, las estrategias financieras y 12 preguntas para la variable dependiente o respuesta, crecimiento empresarial, todas ellas con respuesta de tipo Likert.

Ahora, se realizarán $12 \times 12 = 144$ contrastes para el cruce de variables, generando igual número de tablas de contingencia o tablas de frecuencias bidimensionales, de la forma:

Tabla 31

Modelo de tabla de contingencia o de frecuencia bidimensional

	Y ₁	Y ₂	...	Y _S	Total
X ₁	n ₁₁	n ₁₂	...	n _{1S}	n ₁₊
X ₂	n ₂₁	n ₂₂	...	n _{2S}	n ₂₊
...
X _R	n _{R1}	n _{R2}	...	n _{RS}	n _{R+}
Total	n ₊₁	n ₊₂	...	n _{+S}	n ₊₊

Nota: Elaboración propia

Donde:

n_{ij} = Es la frecuencia (contadas) que ocurren en la categoría i de la pregunta de la variable independiente X y j de la pregunta de la variable dependiente Y .

Con:

$$n_{i+} = \sum_j n_{ij}, \quad n_{+j} = \sum_i n_{ij}, \quad n_{++} = \sum_i \sum_j n_{ij},$$

Para analizar cada una de las 144 tablas de contingencia, se probaron las hipótesis como se detalla en el siguiente modelo:

Hipótesis general:

H_0 : Pregunta de la Variable Independiente no incide a la pregunta de la Variable Dependiente

Hipótesis específica:

H_1 : Pregunta de la Variable Independiente si incide a la pregunta de la Variable Dependiente

Para las frecuencias observadas, se realizó comparaciones y se implementó la prueba estadística Chi Cuadrado de Pearson, como se muestra a continuación:

Las frecuencias observadas y las frecuencias esperadas:

Para probar la hipótesis, debemos comparar las frecuencias observadas n_{ij} de la tabla de contingencia y las frecuencias esperadas m_{ij} bajo la hipótesis nula de independencia, donde:

$$\begin{aligned} m_{ij} &= n_{++} * P_{ij} = n_{++} * P_{i+} * P_{+j} \\ &= n_{++} * \frac{n_{i+}}{n_{++}} * \frac{n_{+j}}{n_{++}} = \frac{n_{i+} * n_{+j}}{n_{++}} \end{aligned}$$

La estadística de test:

Para verificar la validez de la hipótesis se requiere hacer uso de la estadística de test de la chi-cuadrado de Pearson, que compara las frecuencias observadas n_{ij} y las frecuencias esperadas o teóricas m_{ij} .

$$X_{(0)} = \sum_{i=1}^R \sum_{j=1}^S \left(\frac{(n_{ij} - m_{ij})^2}{m_{ij}} \sim X_2 \{(R - 1)(S - 1)gl\} \right)$$

Donde R es el número de filas y S el número de columnas en la tabla

La prueba estadística analiza un margen de error de 0.05, esto quiere decir que la letra P se convierte en el nivel de confianza de 0.00 a 0.05, rechazando la hipótesis; y cuando la hipótesis no se rechaza, se define que no existe certeza para afirmar que las variables están asociada, gráficamente lo expresamos como la siguiente figura:

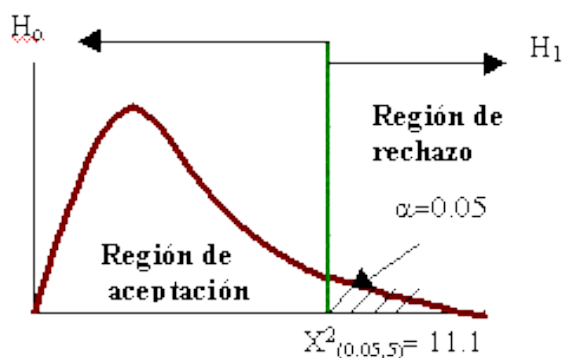


Figura 34. Aplicaciones de Estadística, La imagen de arriba muestra cómo se aplican algunas medidas de tendencia central y de dispersión. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/gabrielahpaestadisticaavanzada/5-ejemplos-de-aplicaciones-estadistica>.

La región de aceptación y de rechazo de la hipótesis nula:

Asumiendo un nivel de significación de $\alpha\% = 5\%$, de la tabla chi-cuadrado podemos obtener el valor crítico $X^2_{(0.05,16gl)} = 34.3$, con el que podemos construir las regiones de rechazo (RR) y de aceptación (RA) de la hipótesis nula

Regla de decisión:

La decisión de la prueba se ejecuta de la siguiente manera: como $X^2_{(0)} = 34.3$ se encuentra a la derecha del valor crítico $X^2_{(0.05,16gl)} = 34.3$, se rechaza la hipótesis nula, en el sentido que con los datos de la muestra no es posible rechazarlo.

Este proceso de pruebas de hipótesis se realiza con cada una de las 144 tablas de contingencia que se pueden construir con los datos de la muestra.

Así como:

Hipótesis específica 1

Hipótesis nula:

H₀: Las estrategias financieras no inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.

Hipótesis alternativas:

H₁: Las habilidades financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.

Tabla 32
*Habilidades financieras (P1) * Desarrollo de empresas (P13)*

Tabla cruzada	P13				Total
	Probablemente	Indeciso	Probablemente	Definitivamente	
	no		sí	sí	
Probablemente no	1	0	1	0	2
Indeciso	0	3	0	1	4
Probablemente sí	0	4	5	13	22
Definitivamente sí	1	1	2	9	13
Total	2	8	8	23	41

Nota: Elaboración propia

Tabla 33
Pruebas de chi-cuadrado Nro. 01

	Valor	Df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	21,689 ^a	9	0.010
Razón de verosimilitud	17.196	9	0.046

Asociación

lineal por 5.168 1 0.023

lineal

N de casos

41

válidos

a. 14 casillas (87,5zz%) han esperado un recuento menor que 5.

El recuento mínimo esperado es ,10.

Nota: Elaboración propia

Tabla 34

*Habilidades financieras (P3) * Ventas (P18)*

		P18					
Tabla cruzada		Nada de	Poco de	De	Muy de	Totalmente	Total
		acuerdo	acuerdo	acuerdo	acuerdo	de acuerdo	
P3	Nada de acuerdo	0	1	0	0	0	1
	Poco de acuerdo	1	1	2	2	0	6
	De acuerdo	0	1	4	2	0	7
	Muy de acuerdo	0	2	1	8	4	15
	Totalmente de acuerdo	0	0	2	2	8	12
	Total	1	5	9	14	12	41

Nota: Elaboración propia

Tabla 35
Pruebas de chi-cuadrado Nro. 02

Pruebas de			
chi-			
cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-			
cuadrado de	32,994a	16	0.007
Pearson			
Razón de			
verosimilitu	31.072	16	0.013
d			
Asociación lineal por lineal			14.829 1 0.000
N de casos válidos		41	
a. 24 casillas (96,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.			

Nota: Elaboración propia

Tal como se puede identificar en los cuadros de valor crítico Chi-Cuadrado de Pearson es: $X_0^2 = 21,689$ en la Tabla 30 y $X_0^2 = 32,994$ en la tabla 32.

El nivel de significancia usado fue $\alpha = 0.05$; con 9 grados de libertad en la Tabla 30 y 16 grados de libertad en la Tabla 32; para mencionar que la H_0 se acepta o rechaza, se plantea que:

Tabla 30: $X_0^2 = 21,689 > X_\alpha^2 = 16,919$, entonces se está rechazando la H_0 .

Tabla 32: $X_0^2 = 32,994 > X_\alpha^2 = 26,296$, entonces se está rechazando la H_0 .

Al encontrarse una relación entre la dimensión de habilidades financieras con las dimensiones de desarrollo de empresas y ventas, se comprobó que “Las habilidades financieras están asociadas al crecimiento empresarial”.

Hipótesis específica 2

Hipótesis nula:

H₀: Las estrategias financieras no inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.

Hipótesis específica:

H₂: La gestión empírica incide en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.

Tabla 36
*Gestión empresarial (P6) * Desarrollo de empresas (P13)*

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	32,994a	16	0.007
Razón de verosimilitud	31.072	16	0.013
Asociación lineal por lineal	14.829	1	0.000

N de casos válidos

41

a. 24 casillas (96,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.

P13						
Tabla cruzada	Probablemente		Indeciso	Definitivamente		Total
	no			sí	sí	
P6	Definitivamente	2	5	5	2	14
	no					
	Probablemente	0	1	1	3	5
	no					
	Probablemente	0	0	0	1	1
	sí					
Definitivamente	0	2	2	17	21	
sí						
Total	2	8	8	23	41	

Nota: Elaboración propia

Tabla 37

Pruebas de chi-cuadrado Nro. 03

Pruebas de		Significación
chi-cuadrado		
Valor	df	asintótica (bilateral)

Chi-cuadrado de Pearson	17,196a	9	0.046			
Razón de verosimilitud	19.308	9	0.023			
Asociación lineal por lineal				12.564	1	0.000
N de casos válidos	41					

a. 14 casillas (87,5%) han esperado un recuento menor que 5.
El recuento mínimo esperado es ,05.

Nota: Elaboración propia

Tabla 38

*Gestión empresarial (P6) * Uso de tecnología (P23)*

Tabla cruzada	P23					Total
	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	
Definitivamente no	0	1	6	5	2	14
Probablemente no	2	0	1	0	2	5
Probablemente sí	0	0	0	0	1	1
Definitivamente sí	1	3	0	11	6	21
Total	3	4	7	16	11	41

Nota: Elaboración propia

Tabla 39
Pruebas de chi-cuadrado Nro. 04

Pruebas de		Significación		
chi-cuadrado		Valor	df	asintótica (bilateral)
Chi-				
cuadrado de	25,446a	12		0.013
Pearson				
Razón de	27.013	12		0.008
verosimilitud				
Asociación lineal por lineal			1.127	1 0.288
N de casos válidos	41			
a. 17 casillas (85,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,07.				

Nota: Elaboración propia

Tal como se puede identificar en los cuadros de valor crítico Chi-Cuadrado de Pearson es: $X_0^2 = 17,196$ en la Tabla 34 y $X_0^2 = 25,446$ en la Tabla 36.

El nivel de significancia usado fue $\alpha = 0.05$; con 9 grados de libertad en la Tabla 34 y 12 grados de libertad en la Tabla 36; para mencionar que la H_0 se acepta o rechaza, se plantea que:

Tabla 34: $X_0^2 = 17,196 > X_\alpha^2 = 16,919$, entonces se está rechazando la H_0 .

Tabla 36: $X_0^2 = 25,446 > X_\alpha^2 = 21,026$, entonces se está rechazando la H_0 .

Al encontrarse una relación entre la dimensión de gestión empresarial con las dimensiones de desarrollo de empresas y uso de tecnología, se comprobó que “La gestión empírica está asociada al crecimiento empresarial”.

Hipótesis específica 3

Hipótesis nula:

H₀: Las estrategias financieras no inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.

Hipótesis específica:

H₃: Las visiones financieras a largo plazo inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.

Tabla 40
*Visión a plazo (P10) * Desarrollo de empresas (P13)*

Tabla cruzada	P13				Total
	Probablement e no	Indecis o	Probablement e sí	Definitivament e sí	
Nada de acuerdo	1	4	2	1	8
Poco de acuerdo	1	2	2	0	5
P1 0 De acuerdo	0	1	3	1	5
Muy de acuerdo	0	1	0	13	14
Totalmente de acuerdo	0	0	1	8	9
Total	2	8	8	23	41

Nota: Elaboración propia

Tabla 41
Pruebas de chi-cuadrado Nro. 05

Pruebas de chi-cuadrado	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	32,635a	12	0.001
Razón de verosimilitud	38.022	12	0.000
Asociación lineal por lineal	20.130	1	0.000
N de casos válidos			41

a. 18 casillas (90,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,24.

Nota: Elaboración propia

Tabla 42
Visión a plazo (P11) * Desarrollo de empresas (P13)

Tabla cruzada	P13				Total
	Probablemente no	Indecis o	Probablemente sí	Definitivament e sí	
Definitivament e no	1	5	5	1	12
P1 Probablemente no	1	0	1	0	2
Indeciso	0	2	0	4	6

Probablemente sí	0	1	1	7	9
Definitivament e sí	0	0	1	11	12
Total	2	8	8	23	41

Nota: Elaboración propia

Tabla 43
Pruebas de chi-cuadrado Nro. 06

Pruebas de chi-cuadrado		Significación	
	Valor	df	asintótica (bilateral)
Chi- cuadrado de Pearson	32,440a	12	0.001
Razón de verosimilitud	33.914	12	0.001
Asociación lineal por lineal	16.882	1	0.000
N de casos válidos		41	

a. 17 casillas (85,0%) han esperado un recuento menor que 5. El

recuento mínimo esperado es ,10.

Nota: Elaboración propia

Tal como se puede identificar en los cuadros de valor crítico Chi-Cuadrado de Pearson es: $X_0^2 = 32,635$ en la Tabla 38 y $X_0^2 = 32,440$ en la Tabla 40.

El nivel de significancia usado fue $\alpha = 0.05$; con 12 grados de libertad en la Tabla 38 y 12 grados de libertad en la Tabla 40; para mencionar que la H_0 se acepta o rechaza, se plantea que:

Tabla 38: $X_0^2 = 32,635 > X_\alpha^2 = 21,026$, entonces se está rechazando la H_0 .

Tabla 40: $X_0^2 = 32,440 > X_\alpha^2 = 21,026$, entonces se está rechazando la H_0 .

Al encontrarse una relación entre la dimensión de visión a plazo con las dimensiones de desarrollo de empresas, se comprobó que “Las visiones estratégicas están asociadas al crecimiento empresarial”.

		CRECIMIENTO EMPRESARIAL											
		Desarrollo de empresas				Ventas				Uso de Tecnología			
		P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
ESTRATEGIAS FINANCIERAS	Habilidades financieras	P1	XXX	XXX			XXX	XXX	XXX				
		P2										XXX	XXX
		P3		XXX	XXX			XXX		XXX			
		P4	XXX										
	Gestión empujadora	P5	XXX										
		P6	XXX									XXX	XXX
		P7		XXX				XXX				XXX	
		P8	XXX										
	Visión a plazo	P9	XXX	XXX				XXX			XXX		
		P10	XXX	XXX						XXX		XXX	
		P11	XXX							XXX	XXX		

		P12	XXX	XXX	XXX							XXX		
--	--	------------	-----	-----	-----	--	--	--	--	--	--	-----	--	--

Figura 35. Resumen de las consistencias. Fuente: Elaboración propia.

En Figura 35 podemos observar que las celdas con **XXX** nos indican que se rechaza la hipótesis de independencia y por tanto están asociadas; las celdas limpias, nos indican que se cumplen con la independencia, el valor de la probabilidad de encuentra ubicado entre 0.00 a 0.05 dando así la correlatividad relevante entre las variables.

Conclusión: Se afirma la existencia de evidencia por las muestras suficientes que nos afirman un nivel de significancia del 0.05, defiriendo que si existe asociación de dependencia entre las variables: estrategias financieras y crecimiento empresarial.

5.3. Discusión de Resultados

En esta sección de la investigación, se analiza la matriz anterior para detallar y explicar los resultados:

- Las habilidades financieras están asociadas al crecimiento empresarial, mientras que los empresarios sepan la importancia del manejo del dinero y las finanzas, se podrá lograr la diferenciación con otros negocios por la calidad de los productos ofrecidos, correctamente diseñados, cumpliendo las exigencias del cliente para poder definir precios adecuados.
- La gestión empírica está asociada al crecimiento empresarial, mientras que el negocio sea fruto de su esfuerzo y experiencia de los mismos trabajadores y ellos asistan a capacitaciones que los ayuden a mejorar el manejo de su negocio, podrán lograr la diferenciación de otros negocios mejorando la calidad de los productos y diseñando nuevos, siempre contando con recursos suficientes para producir.
- Las visiones estratégicas están asociadas al crecimiento empresarial, mientras que los trabajadores planifiquen sus finanzas del negocio en el futuro y planteen metas a corto, mediano y

largo plazo, ellos podrán lograr la diferenciación de sus productos por la calidad y diseños que cumplan con las exigencias de los clientes, todo ello teniendo presente y realizando el mantenimiento adecuado a los equipos para no interferir en el nivel de producción.

Con esta información podemos verificar las hipótesis del presente trabajo:

- H₁: Las habilidades financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.
- H₂: La gestión empírica incide en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.
- H₃: Las visiones financieras a largo plazo inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011

Como se verifica la validez de las HE1, HE2 y HE3, de manera inmediata se verifica la validez de la HG.

- HG: Las estrategias financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.

Al verificar las 3 hipótesis específicas, se está validando la hipótesis general, donde indica que las estrategias financieras optimizan el crecimiento empresarial.

CAPÍTULO VI

Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Conclusiones

1. En el mundo contemporáneo, las estrategias financieras son herramientas básicas de uso por todos los empresarios que deciden mejorar el crecimiento de sus actividades económicas, en los productos y servicios que ofrecen las diversas MyPEs en el sector comercial textil en el emporio de Gamarra, para asegurar el equilibrio y sostenibilidad financiera, generando fondos necesarios que acrediten su crecimiento, ofreciendo mayor diversificación en nuevos productos y servicios de manera simultánea en su cartera, teniendo más opciones de crecimiento y reducir el riesgo como se menciona en la teoría de Markowitz fortaleciendo el crecimiento de la empresa.

2. Las habilidades financieras ayudan a los empresarios a mejorar y aumentar la capacidad del manejo de dinero en sus negocios, es importante recabar y aprender de la información financiera para que puedan aplicarlo al negocio, esto conlleva al desarrollo y un amplio horizonte de aprendizaje para ejecutar habilidades específicas en el rubro financiero, logrando analizar la trazabilidad a precios justos basados en calidad del producto y servicio que se ofrece, con la finalidad de cumplir expectativas exigidas del cliente y contar con un crecimiento sostenible.

3. La mayoría de los empresarios cuentan con experiencia en el rubro o giro del negocio en el cual se desempeñan, desarrollando cada uno los conocimientos que aportan a las buenas prácticas de gestión, analizando las mejoras en cada ocasión para que a futuro se aplique lo aprendido según tipos de conocimiento, conocimientos ya sea por experiencia o asistencia a programas de capacitación por los empresarios y trabajadores favorecen al crecimiento empresarial, optando por ideas innovadoras en el negocio y se logre identificar oportunidades de mejora, de lo contrario los

empresarios de estas MyPEs se encontrarían en desventaja con la competencia de productos Chinos.

4. Son pocos los trabajadores y empresarios que planifican, organizan, dirigen y controlan las finanzas de su negocio tratando de buscar resultados óptimos, formulando objetivos y metas hacia el futuro ya sea a corto, mediano y/o largo plazo con sólidos argumentos medibles en el tiempo y que permitan tomar acciones para garantizar los resultados esperados, para lograr mayor diferenciación en sus estrategias frente a la competencia, apostando por innovar en los diseños de productos a calidad, realizando una necesaria y adecuada inversión en los equipos que forman parte de la infraestructura con el fin de no alterar la producción de la empresa.

6.2. Recomendaciones

1. Para poder aplicar el instrumento de las estrategias financieras, los colaboradores de las MyPEs primero deben conocer el rubro del negocio y como se realizan de manera cotidiana las gestiones, para comprender el giro de actividades internas; segundo, conocer la competencia o actividades de negocio similares a la suya para identificar sus competencias y ventajas; tercero, identificar las necesidades de los clientes y su punto de satisfacción; una vez conocido estos frentes, se recomienda planificar e implementar, como herramientas, a las estrategias financieras con el propósito de alcanzar objetivos específicos, para incentivar y motivarse a comprender la importancia del manejo de dinero y sus finanzas, realizando cálculos acorde a las necesidades financieras de las áreas clave (Como: Contabilidad, Finanzas, Administración), manejando deudas y créditos de manera responsable para ofrecer productos y/o servicios a precio justo y con la calidad esperada, cumpliendo las expectativas del cliente.

2. Los empresarios deben sentirse motivados para aprender y comprender el manejo del dinero y temas relacionados al rubro financiero, iniciando con el dominio e interpretación de los términos básicos en finanzas, de esta manera los empresarios de las MyPEs de gamarra podrán tomar decisiones sabiendo las consecuencias y los objetivos que se pretende lograr, generando mayor confianza en la gestión y precisión en resultados cuantitativos, evitando gastos innecesarios a la empresa que no generen valor en las actividades, de esta manera enfocar su atención y capacidad en generar valor agregado mediante cálculos, análisis e interpretación, construyendo planes financieros dentro de la organización que puedan ser cuantificadas para un mayor monitoreo y medición, logrando identificar deudas y asumiendo créditos de manera responsable que no afecte el giro del negocio, sobre todo las acciones que se pretenden ejecutar para obtener mayores beneficios del sector.

3. Se recomienda que los empresarios realicen su autoanálisis para aplicar en sus gestiones la experiencia adquirida a lo largo de los años, logrando sus buenas prácticas en gestión, también pueden los trabajadores aplicar una estrategia básica como lo es la comunicación interna para difundir y compartir con los trabajadores y miembros de la empresa la experiencia adquirida; también asistir a programas de capacitación que ofrecen ya sea los ministerios o inscribiéndose en cursos que incrementen el nivel de aprendizaje para diseñar y aplicar ideas innovadoras en la gestión de los productos o servicios, contando con los recursos suficientes; una manera de aprovechar estas capacitaciones y cursos es a través de una planificación en la gestión y realizar flujos por procedimiento de actividades que generen valor y se corrijan las que no, identificando las principales debilidades u obstáculos que se presenta cuando uno realiza las gestiones y toma de decisiones y difundiendo las fortalezas por las gestiones que incrementan el valor.

4. Los empresarios de las MyPEs de Gamarra podrían establecer un plan como una opción para lograr objetivos en ciertos plazos (a corto plazo, mediano y largo), este plan debe ser estructurado y formulado con metas definidas que conlleven a objetivos claros, medibles y alcanzables, sobretodo el empresario debe conocer sus objetivos financieros y el riesgo que se obtiene en el giro de negocio; este plan con el tiempo podrá ser monitoreado para clarificar los resultados obtenidos cada año de manera real, dentro de los planes se debe precisar la toma de decisiones en inversiones inversión de nuevos activos, equipos e infraestructura para maximización el valor de la empresa y este sea productivo en las actividades del negocio, analizando las diferencias de productos hechos por la competencia y satisfaciendo al cliente ofreciéndoles una diversidad de cartera en alternativas y disminuir el riesgo asumido

REFERENCIAS

- Altamirano, F. (2018). *Estrategias financieras para mejorar el crecimiento económico de la empresa de Repuestos & Lubricantes nuevo tiempo S.A.C.* (tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán, Perú.
- Álvarez, M., & Abreu, J. L. (Setiembre de 2008). *Estrategias financieras en la pequeña y mediana empresa*. Obtenido de International Journal of Good Conscience: [http://www.spentamexico.org/v3-n2/3\(2\)%2065-104.pdf](http://www.spentamexico.org/v3-n2/3(2)%2065-104.pdf)
- Araujo, K. (2018). *La cultura financiera de los empresarios y la planeación empresarial en las pequeñas empresas del sector textil-confecciones ubicadas en el emporio comercial de Gamarra, período 2017* (tesis de pregrado). Universidad San Martín de Porres, Perú.
- Barro, R. J., Grilli, V., & Febrero, R. (1997). *Macroeconomía: Teoría y Política*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España S.A.
- Betancourt Bejarano, K., García Díaz, C. M., & Lozano Riaño, V. (2013). Teoría de Markowitz con metodología EWMA. *Revista Atlántica de Economía*, 5.
- Carrasco, J. (2017). *Financiamiento y liquidez en las MyPEs textil gamarra – la victoria 2016* (tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Lima.
- Cortés, D. (2018). *Innovación en la gestión empresarial para generar ventaja competitiva* (tesis de maestría). Instituto politécnico Nacional de la ciudad de México, México.
- Dean, J. (1987). *Estrategias de Harvard*. México: Carvajal S.A.
- Departamento de Economía PUCP. (s.f.). *Teoría del crecimiento endógeno: Enfoques y modelos*. Obtenido de <http://files.pucp.edu.pe/departamento/economia/LDE-2011-01-08.pdf>
- Díez de Castro, L. T., & López Pascual, J. (2007). *Dirección Financiera - La inteligencia financiera en la gestión empresarial*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Gómez, J. (2013). *Factores que inciden en el crecimiento de las microempresas de la ciudad de Quetzaltenango* (tesis de pregrado). Universidad Rafael Landívar Quetzaltenango, Guatemala.
- Gonzales, Y. (2019). *Estrategias de cobranza para mejorar la gestión financiera de la empresa Grammar S.A.C.* (tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán, Perú.
- Hernández, C. (2013). *Estrategia de crecimiento para las microempresas productoras de helado artesanal* (título de maestría). Instituto politécnico Nacional de la ciudad de México, México.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (Agosto de 2012). *ENCUESTA DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA 2011*. Obtenido de

- https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1036/Libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (Septiembre de 2017). *CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS DEL EMPORIO COMERCIAL DE GAMARRA, 2016*. Obtenido de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1463/libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (Agosto de 2012). *ENCUESTA DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA 2011*. Obtenido de https://www.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1036/Libro.pdf
- Joyo, C. I., & Paz, N. J. (2016). *Factores que limitan la adopción del comercio electrónico en las MyPEs de ropa urbana para mujer que operan dentro del c.c. parque cánepa en el emporio comercial de gamarra* (tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola, Perú.
- La República. (22 de Noviembre de 2008). Empresarios enfrentan competencia desleal de textiles y calzado chino debido a subsidios. *Perú importaciones*, pág. 1.
- Martínez Martínez, W. (Summer de 2014). *Essay on enterprise development and small business*. Obtenido de Atlantic International University: <https://es.slideshare.net/williammartinez773124/ensayo-de-desarrollo-empresarial-y-pequeos-negocios>
- Miyamoto, M. (2000). *Teoría de la Estrategia*.
- Noreña Chávez, D. A. (8 de Enero de 2019). El futuro de las MyPEs. *Gestión*.
- Parra Romero, J. C. (s.f.). *Teoría del empresario riesgo de Knight*. Obtenido de Economía y organización de empresas: https://servicios.educarm.es/templates/portal/images/ficheros/etapasEducativas/secundaria/16/secciones/270/contenidos/10827/teorias_sobre_el_empresa_de_knight_y_schumpeter.pdf
- Pinaya, T. (2004). *La diversificación como estrategias de crecimiento empresarial Caso: Finabol* (tesis de pregrado). Universidad Técnica de Oruro, Bolivia.
- Rincón, H., Burgos Tovar, J., & Cherema, N. (Noviembre de 2010). *Estrategias financieras usadas para el manejo de los instrumentos financieros en las MyPEs, del sector metalmecánico*. Obtenido de Formación Gerencial: <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-EstrategiasFinancierasUsadasParaElManejoDeLosInstr-3368067.pdf>
- Romer, D. (2006). *Macroeconomía avanzada - tercera edición*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España S.A.

Solow, R. M. (1976). *La teoría del crecimiento*. Madrid: Fondo de Cultura económica España S.A.

Terán, M. (2015). *Crecimiento empresarial mediante el mejoramiento del control de actividades operativas en el sector informal de Guayaquil* (tesis de maestría). Universidad de Guayaquil, Ecuador.

Thompson, A. A., & Strickland III, A. J. (1999). *Dirección y Administración estratégicas*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.

APÉNDICES

APÉNDICE A: Encuesta empresarios y trabajadores de las MyPEs Gamarra

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA

Estimados Sres. (as).

Me es grato dirigirme a Ud., para saludarlo muy cordialmente y solicitarle su apoyo en responder cada una de las preguntas descritas líneas debajo, todo ello para proceder con mi trabajo de investigación: Tesis del crecimiento empresarial y sus estrategias financieras; la información proporcionada se utilizará para los fines convenientes de acuerdo a las normas y prácticas generalmente aceptadas.

1. Datos Generales

Edad: años Género:

F	M
---	---

 Cargo:

Dueño	Colaborador
-------	-------------

Años en el negocio: Años en el rubro:

2. Encuesta

Instrucciones:

- Por favor, lea cuidadosamente cada una de las preguntas y responda con sinceridad.
- A cada pregunta le corresponde solo una alternativa de respuesta.
- El criterio de las respuesta, es según la escala siguiente:

1	2	3	4	5
Nada de acuerdo	Poco de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
Definitivamente no	Probablemente no	Indeciso	Probablemente sí	Definitivamente sí

N°	Preguntas	Alternativas				
1	¿Es importante manejar bien el dinero?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	¿Tiene estrategias financieras en el negocio?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

3	¿Sabes lo importante que es manejar tus finanzas?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	¿Tienes la habilidad de mejorar los ingresos de la empresa?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	¿Su experiencia es suficiente para dirigir y manejar bien las finanzas de su negocio?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	¿El negocio es fruto de su esfuerzo y experiencia?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	¿Asiste a capacitaciones que le ayudan a mejorar el manejo de su negocio?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	¿La última vez que asistió a una capacitación tuvo que ver en el rubro de su actividad?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	¿Tengo claro las metas que quiero lograr con mi negocio este año?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	¿Cómo quisieras ver tus finanzas del negocio en el futuro?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	¿Tiene pensado que metas quieres lograr en el negocio dentro de 2 años?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Dentro de 2 años, ¿Te verás como una empresa grande?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	¿La diferencia que tienes con otros negocios es por la calidad de tus productos?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	¿La diferencia que tienes con otros negocios es por la calidad de tus diseños de las prendas que cumplan las necesidades de los clientes?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	¿Realizas negocios con tus proveedores a fin de obtener buenos costos?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16	¿Tienes acuerdos comerciales con otros negocios similares a la tuya a fin de mejorar sus productos?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17	¿La demanda de tus productos se da por los buenos precios que ofreces?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18	¿Cómo defines los precios de tus productos?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19	¿Su personal está capacitado para ofrecen una buena atención de calidad?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20	¿Las instalaciones del área de atención al cliente son buenas?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21	¿Los equipos que utilizas en tu producción son las adecuadas para el trabajo?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22	¿Realizas mantenimientos a tus equipos para no interferir en la producción?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23	¿Tú negocio cuenta con los recursos suficientes para la producción y este cree nuevos productos?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24	¿En las campañas por estaciones o días feriados, produces más, menos o igual?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Muchas gracias por su gentil y amable colaboración.

Saludos cordiales.

APÉNDICE B: Matriz lógica de consistencia

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Instrumento			DISEÑO METODOLÓGICO
			Variables	Dimensiones	Indicadores	
<p>Problema General: ¿Las estrategias financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011?</p> <p>Problemas específicos: a) ¿De qué modo las habilidades financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011? b) ¿Cómo la gestión empírica incide en el</p>	<p>Objetivo General: Determinar si las estrategias financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.</p> <p>Objetivos específicos: a) Determinar el modo que las habilidades financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011. b) Señalar cómo la gestión empírica incide</p>	<p>Hipótesis General: Las estrategias financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.</p> <p>Hipótesis específicas: a) Las habilidades financieras inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011. b) La gestión empírica incide en el</p>	Estrategias financieras	- Habilidades financieras	- Inteligencia financiera - Conocimiento y destreza	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo de investigación: Descriptivo correlacional</p> <p>Diseño: NN: Diseño no experimental, Investigación de corte transversal.</p> <p>Esquema:</p> <p>Oy M: r Ox</p> <p>Pasos: Observación del fenómeno</p>
				- Gestión empírica	- Gestión empresarial. - Capacitación y cursos.	
				- Visión estratégica	- Visión a corto plazo - Visión a largo plazo.	
				- Desarrollo de empresas	- Ventaja competitiva - Alianzas estratégicas	

<p>crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011?</p>	<p>en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011</p>	<p>crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.</p>	<p>Crecimiento empresarial</p>	<p>- Ventas</p>	<p>- Precios - Atención al cliente</p>	<p>Población: Estudio de 41 MyPEs del sector comercial textil del emporio de Gamarra</p> <p>Técnicas e instrumentos:</p> <p>- Técnicas: Encuesta escrita Análisis documental Estructurada</p> <p>- Instrumentos: Encuesta</p>
<p>c) ¿De qué forma las visiones financieras a largo plazo inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011?</p>	<p>c) Determinar la forma que las visiones financieras a largo plazo inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.</p>	<p>c) Las visiones financieras a largo plazo inciden en el crecimiento empresarial de las MyPEs del Sector Comercial textil en el emporio de Gamarra entre los años 2010 y 2011.</p>		<p>- Uso de tecnología</p>	<p>- Tecnología e infraestructura - Capacidad instalada</p>	