



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**“CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO EN LAS  
EMPRESAS FERRETERAS DEL PERU”**

**CASO: FERRETERÍA PROMADI E.I.R.L EN LA CIUDAD  
DE PIURA 2017**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL  
DE CONTADOR PÚBLICO**

**AUTORA**

**BACH. CRUZ CORONADO LISET PAMELA**

**ASESORA**

**CPC. EDME MARTHA GARCIA MANDAMIENTOS**

**PIURA – PERÚ**

**2019**

**“CARACTERIZACION DEL FINANCIAMIENTO EN LAS  
EMPRESAS FERRETERAS DEL PERU”**

**CASO: FERRETERÍA PROMADI E.I.R.L EN LA CIUDAD  
DE PIURA 2017**

## **JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESORA**

Dr. Víctor Manuel Landa Machero  
**Presidente**

Dr. Víctor Manuel Ulloque Carrillo  
**Miembro**

Mgtr. Jannyna Reto Gómez  
**Miembro**

C.P.C. Edme Martha García Mandamientos  
**Asesora**

## CONTENIDO

|   | Pág. |
|---|------|
| CARÁTULA                                |      |
| CONTRA CARÁTULA                         | ii   |
| JURADO EVALUADOR DE TESIS               | iii  |
| AGRADECIMIENTO                          | v    |
| DEDICATORIA                             | vi   |
| RESUMEN                                 | vii  |
| ABSTRACT                                | viii |
| <b>I. INTRODUCCIÓN</b>                  | 1    |
| <b>II. REVISIÓN DE LITERATURA</b>       | 4    |
| 2.1 Antecedentes                        |      |
| 2.1.1 Internacionales                   | 4    |
| 2.1.2 Nacionales                        | 5    |
| 2.1.3 Locales                           | 8    |
| 2.2 Bases Teóricas                      | 10   |
| 2.2.1 Desarrollo del caso               | 13   |
| 2.3 Marco Conceptual                    | 30   |
| <b>III. HIPOTESIS</b>                   | 43   |
| <b>IV. METODOLOGÍA</b>                  | 44   |
| 4.1 Diseño de la investigación          | 44   |
| 4.2 Población y muestra                 | 44   |
| 4.2.1 Población                         |      |
| 4.2.2 Muestra                           |      |
| 4.3 Técnicas e instrumentos.            | 44   |
| 4.4 Operacionalización de Variables     | 44   |
| 4.5 Plan de análisis                    | 44   |
| 4.6 Matriz de Consistencia              | 46   |
| 4.7 Principios Éticos                   | 47   |
| <b>V. RESULTADOS</b>                    | 55   |
| 5.1 Resultados                          |      |
| 5.1.1 Respecto al objetivo específico 1 | 49   |
| 5.1.2 Respecto al objetivo específico 2 | 54   |
| 5.1.3 Respecto al objetivo específico 3 | 57   |
| 5.2 Análisis de resultados              |      |
| 5.2.1 Respecto al objetivo específico 1 | 61   |
| 5.2.2 Respecto al objetivo específico 2 | 63   |
| 5.2.3 Respecto al objetivo específico 3 | 64   |
| <b>VI. CONCLUSIONES</b>                 |      |
| 6.1 Respecto al objetivo específico 1   | 66   |
| 6.2 Respecto al objetivo específico 2   | 67   |
| 6.3 Respecto al objetivo específico 3   | 69   |
| <b>VII. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS</b>    |      |
| Recomendaciones                         | 70   |
| <b>VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b> | 71   |
| 8.3 Anexos                              | 75   |

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios y a mi familia, sobre todo a mi hermano Adans Samuel, que permite que pueda mejorar día a día, porque en cada momentos estuvieron conmigo, dándome fortaleza y así ser constante en avanzar con mis metas propuestas.

A mi constancia y esfuerzo de querer y poder continuar estudiando, permitiéndome lograr finalizar con éxito mi carrera profesional.

## **DEDICATORIA**

A mi familia, por demostrarme que la constancia puede llevarte muy lejos. El esfuerzo y dedicación que podemos tener nos permitirá lograr las metas propuestas en nuestras vidas.

A Víctor que significa fortaleza en mi vida, un apoyo incondicional, una enseñanza, y mi gran compañero.

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Determinar las principales características del financiamiento en las empresas ferreteras del sector comercio – Rubro ferretero, empresa “PROMADI E.I.R.L” - Piura, 2017. Se ha usado metodología de tipo descriptivo, nivel cualitativo y el diseño no experimental, descriptivo, bibliográfico, documental y de caso. Aplicando la técnica de la revisión bibliográfica - entrevista y como instrumento de recolección de información las fichas bibliográficas y el cuestionario pre estructurado con preguntas relacionadas a la investigación, aplicado al Gerente de la empresa del caso en estudio, obteniendo como principales resultados los siguientes: Los autores citados, reflejan situaciones reales de lo estudiado, empresas estudiadas en base a sus movimientos económicos. Todos ponen como principal componente de avances económicos los préstamos, porque permiten que los empresarios puedan crecer, mejorar y expandirse sobre su rubro de negocio. La empresa PROMADI E.I.R.L. Ha tenido un crecimiento positivo desde hace tres años, con apoyo de préstamos bancarios, por cajas municipales o prestamistas, ha logrado tener una visión de tener más de dos sucursales con miras a expandirse por zonas locales de Piura. Finalmente se concluye que la empresa PROMADI E.I.R.L. Tiene como componentes de crecimiento: responsabilidad, compromiso. Esto genera confianza de cliente a proveedor, permitiendo que las ventas sean constantes. Los prestamos financieros que otorgan los bancos, cajas municipales, prestamistas, etc. Generan crecimiento económico si es que el dinero solicitado es utilizado para fines propios del ente.

Palabras clave: Financiamiento, características, metodología, instrumento, resultados

## ABSTRACT

The main objective of the research was to: Determine the main characteristics of the financing in the hardware companies of the commerce sector - Rubro ferretero, company "PROMADI E.I.R.L" - Piura, 2017.

Methodology of descriptive type, qualitative level and non-experimental, descriptive, bibliographic, documental and case design has been used. Applying the technique of the bibliographic review - interview and as an instrument of information collection the bibliographic records and the pre-structured questionnaire with questions related to the investigation, applied to the Manager of the company of the case under study, obtaining as main results the following:

The cited authors reflect real situations of the studied, companies studied based on their economic movements. All of them put loans as the main component of economic advances, because they allow entrepreneurs to grow, improve and expand their business. The company PROMADI E.I.R.L. It has had a positive growth for three years, with the support of bank loans, by municipal savings banks or lenders, it has managed to have a vision of having more than two branches with a view to expanding through local areas of Piura.

Finally it is concluded that the company PROMADI E.I.R.L. It has as components of growth: responsibility, commitment. This generates trust from client to supplier, allowing sales to be constant. The financial loans granted by banks, municipal funds, lenders, etc. They generate economic growth if the requested money is used for the entity's own purposes.

Keywords: Financing, characteristics, methodology, instrument, result

## INTRODUCCION

En los últimos meses el sector ferretero ha tenido un gran impulso en compras y ventas, debido al crecimiento y dinamismo del sector construcción, por la serie de infraestructuras públicas y privadas que se realizan, después del episodio trágico que estremeció la región Piura. Estas ferreterías son consideradas canales tradicionales incluyendo mercados ferreteros. Por otro lado están los canales masivos o modernos, consideran en este grupo a los retails, opciones que abarcan una gran captación de ventas por las innovaciones presentadas tanto de productos como su departamento estratégico de ventas.

Este brío ha permitido que este sector crezca económicamente y laboralmente, la generación de nuevos empleos, permite que la economía sea circulante y activa. Pero para poder conseguir activismo y crecimiento se necesitan financiamientos, para poder realizar más adquisiciones y expandirse en el mercado Peruano. Según el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la Cámara de Comercio de Lima indicó que el sector ferretero creció un 0.9% en el segundo trimestre del año 2015, a diferencia del cierre del año 2014 que fue de 0.45%.

En la investigación desarrollada, se basa en la problemática que tienen empresas de este sector en obtener créditos financieros, razones por las cuales optan por solicitar a terceros, generando que paguen altos porcentajes de interés y sus productos aumenten en valor para el mercado. Las mejoras que quieren implementar en este tipo de negocios desde el nacimiento del ente, dificulta que puedan ampliar su sector por requisitos y falta de historial crediticio. Las diversas características que acompañan al financiamiento, permiten lograr que muchas empresas ferreteras puedan ampliar su trabajo, proyectos diversificados, y la comercialización de nuevos productos, lo que abarca que ya sean

préstamos de banco o de cajas y les permita generar un capital nuevo y mejoras económicas. Stephen et al., (1996), en su libro de planificación financiera resalta que la planificación del efectivo consiste en la elaboración de presupuestos de caja, cuanto mayor sea el ciclo de efectivo, más financiamiento se requerirá.

Conjeturando los avances sociales, económicos, estructurales, se presenta como opción alternativa los préstamos bancarios que ocupan el segundo lugar en importancia como fuente de financiación, lo que se necesita realizar proyecciones para poder manejar de manera óptimo un financiamiento, pero que a larga no genere más endeudamiento, si no que permita el crecimiento del negocio.

Siendo el objetivo general: Determinar las principales características del financiamiento en las empresas ferreteras del sector comercio – Rubro ferretero, empresa “PROMADI E.I.R.L” - Piura, 2017. Y como objetivos específicos:

Describir las principales características del financiamiento de las empresas del sector comercio – rubro ferretero en Perú.

Describir las principales características del financiamiento en la empresa ferretera “PROMADI EIRL” – Piura, 2017.

Realizar el análisis comparativo de describir las principales características del financiamiento de las empresas del sector comercio – rubro ferretero en el Perú y ferretería Promadi E.I.R.L – Piura, 2017. Finalmente, la investigación se justifica

**Desde el punto de vista social:** El crecimiento económico del ente estudiado, fomentará el desarrollo social de la ciudad de Piura, dicho ente puede destinar parte de su ganancia a participar en obras sociales de la localidad, logrando así cumplir con la Responsabilidad

social que cada empresa debe estar comprometida. No solo se trata de tributar y ganar, se trata de ayudar a mejorar. Y más con acciones de equipo, de una organización o de una empresa como es este caso.

**Desde el punto de vista económico:** Permitirá que el desempeño comercial y económico de la empresa, mantenga en evolución económica su rubro y ayudado por sectores semejantes permitirá mantenerse en auge, lo cual beneficia al sector regional y local. Lo que en indica que brindará oportunidades de trabajo, activará puntos económicos masivos.

**Desde el punto de vista académico:** La investigación permitirá a los estudiantes obtener una base de datos y antecedente para desarrollar trabajos de investigación relacionados al financiamiento de sector comercio- rubro ferretero, así como fuente de consulta para público en general que necesiten ampliar o consultar trabajos de investigación.

## **II. Revisión Literaria**

### **2.1 Antecedentes.**

#### **2.1.1 Sector Internacional**

En esta investigación se entiende por antecedentes internacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier parte del mundo, menos Perú; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

**Diario La República (2015).** En su publicación “Expo ferretera internacional Asodefe”, El diario informa que la Asociación de Ferreteros (Asodefe) anunció la Expo Ferretera Internacional Asodefe 2012, con el propósito de dinamizar este sector, ya que, según ellos, las ventas se redujeron en un 50% con relación al año pasado.

La exposición se llevará a cabo del 7 al 10 de junio en el Centro de Convenciones de la Terminal Turística de Sans Soucí y contará con la participación de más de cien empresas provenientes de países como Taiwán, Brasil, Colombia, China, Curazao, Estados Unidos, Puerto Rico, Haití y Corea del Sur.

Domingo Díaz, presidente FERIA de Asodefe, explicó que este año los bancos ofrecerán más facilidades de financiamiento y que, por primera vez se ha logrado que los fabricantes proporcionen precios especiales a los distribuidores para que los productos sean adquiridos por el público en general, con la misma calidad que se consigna en la creación del producto.

**Revista Fierros (2015).** En su publicación mensual “La Gestión financiera juega un papel determinante para la sostenibilidad y la rentabilidad de los negocios ferreteros”, precisa que la Gestión financiera es el papel principal de poder dirigir avances económicos, permitiendo sobresalir económicamente en el mercado. Lo importante de medir la rentabilidad en los negocios, y de fomentar la emisión de dicha información a gerencia para la toma de decisiones.

No hay duda de que el eficiente manejo de los gastos operativos es lo que permite el flujo de caja adecuado para el funcionamiento de cualquier negocio, incluido el ferretero.

Por su parte, establecer la financiación del negocio consiste en determinar la mejor combinación de fuentes financieras o estructura de financiamiento, es decir, si se pide prestado a un banco o se negocian los plazos de pago con los proveedores. En cuanto a las utilidades, esta decisión involucra definir la estabilidad que éstas tendrán y el destino que se les dará.

**Artículo Romero (2015).** Con título “Crecimiento de PYMES sector ferretero”, Indica que el crecimiento de las ferreterías incluye procesos organizados, en este caso se apoya en el sector construcción que es el cordel de crecimiento ante más volumen de ventas en este sector, el sector ferretero está en auge, para eso busca a la vez fuentes de financiación, la que le brinde menos tasa de interés y los pagos sean más flexibles, para poder ser competitivo en su rubro y en el mercado que se desempeñan.

### **2.1.2 Nacionales**

En esta investigación se entiende por antecedentes nacionales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en cualquier parte del Perú, menos en la

ciudad de Piura; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

**Velásquez (2011).** En su tesis aprobada: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en las MYPES del sector comercio – rubro ferretería y de electricidad en el mercado ferrocarril del distrito de Chimbote, periodo 2009 – 2011”. Por su parte, nos establece que la financiación del negocio consiste en determinar la mejor combinación de fuentes financieras o estructura de financiamiento, es decir, si se pide prestado a un banco o se negocian los plazos de pago con los proveedores. Se tendrá mejor control económico y financiero, para su desarrollo. En cuanto a las utilidades, esta decisión involucra definir la estabilidad que éstas tendrán y el destino que se les dará, para beneficio de sus colaboradores.

**Benancio D. Gonzales Y. (2012).** En su tesis para obtener el título de contador público, denominado “El financiamiento bancario y su incidencia en la rentabilidad de la microempresa. Caso ferretería Santa María S.A.C del distrito de Huarmey, periodo 2012”. La microempresa ferretera Santa María SAC del distrito de Huarmey tiene la necesidad de obtener recursos financieros de terceros con la finalidad de expandir su negocio y de lograr una mayor competitividad en el mercado. Pero se debe enfocar en analizar si ese financiamiento incide en la rentabilidad de la empresa, si la microempresa tiene los ingresos suficientes para cancelar esa obligación. Establece como conclusión la dificultad al inicio de operaciones de las MYPES, por las restricciones que las entidades bancarias abarcan. En este caso obtuvo un préstamo de una caja y el porcentaje de interés fue menor, llegando a la conclusión que las MYPES prefieren préstamos a entidades no bancarias por el porcentaje de interés es menor al ofrecido por bancos, demostrando así que la

Viabilidad que ofrecen las cajas para ofrecer créditos es menos rigurosa que la de una entidad bancaria.

**Rodríguez (2014).** Bajo el título “Caracterización del financiamiento en las MYPES del sector comercio- rubro ferreterías de la i y ii etapa San Luis distrito de nuevo Chimbote, 2013”, En el desarrollo de su tesis explica los problemas de financiamiento que tienen las ferreterías en la I y II etapa de San Luis en Nuevo Chimbote, los altos costos del crédito, la falta de confianza de las entidades financieras respecto a los proyectos, la petición de excesivas garantías, los plazos muy cortos y la falta de información para llegar a éste. Dadas estas dificultades, las micro y pequeños empresarios tienen que recurrir a prestamistas (usureros) y asociaciones de crédito que perjudica su desarrollo comercial, financiero y económico, el crecimiento es menor y dificulta avance de la organización.

**Diario Gestión (2014).** Según su publicación: “Mercado de ferretería y mejoramiento del hogar factura unos US\$ 4,500 millones anuales el diario que emitió la noticia en agosto del año 2014”. El mercado de ferretería y productos para el mejoramiento del hogar (materiales de construcción, acabados y decoración) factura alrededor de US\$ 4,500 millones anuales, según fuentes especializadas del sector, siendo señalado por fuente del Scotiabank. No obstante, esta es una cifra bastante referencial debido en parte a la importante presencia de comercio informal, precisó el analista senior del Departamento de Estudios Económicos del banco, Carlos Asmat. En el mercado se observan dos grupos de competidores claramente diferenciados y que compiten en la captación de cliente:

a.- El canal retail moderno, representado por las cadenas de tiendas de productos para el mejoramiento del hogar (home center) con una participación de alrededor del 22%;

b.- El canal tradicional (ferreterías e informales) que posee el 78% restante. Lo que indica que ferreterías tienen el mayor porcentaje de ventas y de crecimiento.

**Diario El Correo (2015).** En su edición digital, “Crecimiento de las ferreterías nacionales” publicó que las diferentes empresas que han logrado subir su financiamiento, lo que permite un constante auge económico en estas y en el país, el cómo obtienen este financiamiento es diverso ya sea por préstamos bancarios, bonos, etc. Demostrando que pueden trabajar de esta manera y que pueden rotar su mercadería en tiempos prudentes, para lograr el retorno de su dinero.

### **2.1.3 Locales**

En esta investigación se entiende por antecedentes locales, a todo trabajo de investigación hecho por otros investigadores en la región y ciudad de Piura; que hayan utilizado las mismas variables y unidades de análisis de esta investigación.

**Bayona (2012).** Tesis denominada: “Caracterización del financiamiento y capacitación de las MYPES del sector comercio- rubro ferreterías en la ciudad de Talara- año 2011”, El desarrollo de su investigación explica características del financiamiento de las empresas ferreteras de la ciudad de Talara, como dichos entes tratan de buscar aumentar su capital para obtener mejoras económicas y financieras, principalmente en las entidades bancarias, generando nuevo desarrollo para la adquisición de más mercadería o mejoras de locales.

Demostrando que las variables de financiamiento pueden ayudar al comerciante a tener más visualizado el concepto de buscar financiamientos internos y externos, para buscar desarrollo social, económico y financiero.

**Infante (2013).** Con título denominado “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de artículos de ferretería del distrito Sullana, 2013- 2014”. En su investigación de tesis, informa de las diferentes características de financiamiento y rentabilidad de ferreterías de Sullana, dando a conocer el proceso de su financiación, y como esta conlleva a que su rentabilidad pueda ser mayor o menor.

Los procesos que tiene que asumir para poder concretizar pactos financieros que puedan aumentar sus capitales y garantizar capacidad de pago, en lo que se desarrollan. Precisando que un auge económico, es muy beneficiario para la economía del país y del rubro ferretero, vinculando rubros semejantes.

**Chiroque (2013).** Proyecto de investigación con título “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio rubro artículos de ferretería del mercado modelo de Piura, periodo 2012”. Mediante su proyecto de tesis nos habla que la facilidad para un financiamiento, depende del ciclo de maduración de la empresa, que significa los años de operación que tiene dicha ente, para poder observar su comportamiento crediticio, lo que en la mayoría de ocasiones no es factible ya que las empresas de este sector en estudio recién comienzan su negocio, y no pueden lograr tener un crédito para mejorar su negocio lo que no sucede con entes ya establecidas y que han podido haber obtenido su dinero por otros medios, y se les es más fácil obtener un crédito para mejoras económicas.

**Céspedes (2014).** En su investigación desarrollada en la tesis denominada “Caracterización del financiamiento y rentabilidad en las medianas y pequeñas empresas sobre artículos de ferretería y de electricidad de la provincia Sullana en el período 2014”.

Las características principales de financiamiento que desarrolla son los préstamos a entidades bancarios, cajas municipales y si contribuyeron a la rentabilidad al negocio. Los porcentajes derivados a inversión, mejoras, ampliación, capital de trabajo, y activos fijos. Llegando a sus conclusiones que el 75% recibieron créditos bancarios y el 25% de terceros. La dificultad que se presenta es lo informal que da más accesibilidad que una entidad bancaria, la informalidad crece por un punto débil que las entidades hasta la fecha no saben solucionar.

## **2.2 Teorías del financiamiento**

### **Teoría de Modigliani y Miller (1958).**

Esta teoría nos habla de las finanzas corporativas, estableciendo sus hipótesis sobre el “principio de la irrelevancia de la estructura de capital”, Donde son los únicos que afirman la ausencia del impacto del financiamiento sobre el valor de la firma, no es afecto para instrumentos financieros, dando como resultado que el costo de capital es independiente al instrumento financiero. Demostraron que en mercados perfectos de capitales (sin impuestos, costes de transacción y otras imperfecciones del mercado) las decisiones de estructura financiera son irrelevantes. De esta forma, dicha teoría apoya la corriente que sostenía que el valor de la empresa dependía de los resultados operativos de la misma.

Hay que tener en cuenta que los mercados de capitales no son plenamente perfectos, existen impuestos que favorecen el endeudamiento de la firma, costos de quiebra que limitan la ventaja impositiva, conflictos entre directivos, acreedores y propietarios y

además diferencias entre la información presente en el mercado que hace que las decisiones sean volátiles en los mercados financieros y económicos desarrollados.

### **Teoría del financiamiento jerárquico o pecking order theory (POT) Myers y Majluf (1984).**

Es una de las teorías tradicionales, muy innovadora y más próxima a la realidad. Dicha teoría ha sido muy controvertida. Pero es en si la POT la teoría más simple o la más acertada con la realidad Algunos elementos pueden ayudar a responder tal cuestionamiento y es hallar una explicación a través de la teoría de juegos. Esto ofrece un método de resolver por un juego de dos agentes generalizándose a varios agentes. La decisión de financiación de una empresa, independiente de hacia dónde se dirigen los recursos, debe estar basada en la información obtenida del análisis de distintas variables, que estén relacionadas y puedan afectar a la estructura empresarial, para definir cuál es el nivel adecuado de endeudamiento que debería tener una empresa.

La teoría Pecking Order Model es un modelo interés para los altos directivos de grandes empresas, con el objetivo de desarrollar soluciones para los problemas de información en el mercado financiero , permitiendo verificar como las decisiones de financiamiento e inversión, pueden afectar nivel de crecimiento económico.

### **Teoría de Brealey y Myers (1993)**

Afirman al respecto: “El valor de la empresa se refleja en la columna izquierda de su balance a través de los activos reales; no por las proporciones de títulos de deuda y capital propio emitidos por la empresa”. Según esta proposición la política de endeudamiento de

la empresa no tiene ningún efecto sobre los accionistas, por lo tanto, el valor total de mercado y el costo de capital de la empresa son independientes de su estructura financiera.

Este crecimiento se da siempre que la deuda sea libre de riesgo. Pero, si el apalancamiento aumenta el riesgo de la deuda, los propietarios de ésta demandarán una mayor rentabilidad sobre la deuda. Lo anterior hace que la tasa de crecimiento de la rentabilidad esperada de las acciones disminuya.

Se interesa por analizar los costos de ajuste, la deuda y los impuestos y los costos de las dificultades financieras (costos de quiebra, los costos de agencia, el riesgo moral y los costos de contratación). Los autores, indican que las empresas más arriesgadas en el mercado debían pedir prestado menos cantidad de dinero que otras en sus mismas condiciones, esto porque se corre el riesgo de impago debido a la mayor variación en el mercado de los activos de la empresa, permitiendo así que puedan asumir esas deudas.

### **Teoría de Damodaran (1999)**

La estructura financiera debe contener todas las deudas que impliquen el pago de intereses, sin importar el plazo de vencimiento de las mismas, en otras palabras “es la combinación de todas las fuentes financieras de la empresa, sea cual sea su plazo o vencimiento”. Sin embargo, hay autores que consideran relevante darle más importancia a la estructura de los recursos que financian las operaciones al largo plazo.

Otra definición de estructura de financiamientos la manera de cómo una entidad puede allegarse de fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso.

No existe una receta mágica que otorgue a la empresa el financiamiento ideal. En el campo de las fuentes de financiamiento para la empresa cada una de ellas involucra un costo de financiamiento, por tanto, puede considerarse un portafolio de financiamiento, el cual debe buscar minimizar el costo de las fuentes de recursos para un nivel dado de riesgo.

### **Teoría de Sarmiento y Salazar (2005)**

Sarmiento y Salazar (2005) efectuaron un estudio para conocer la estructura de financiamiento de las empresas colombianas entre los años 1997 y 2004, donde analizan información financiera, para dar como conclusión que ante los factores o problemas externos de asimetría de la información, las empresas prefieren financiarse con recursos internos cuando tienen restricciones en el mercado hacia la financiación externa. Generando problemas, ya que muchos empresarios no maneja este tipo de recursos, afectando también la economía del país, ya que si una empresa deja de ser activa económicamente su central de generación de activos disminuye.

### **2.2.1 DESARROLLO DEL CASO**

#### **Ferretería PROMADI E.I.R.L**

**Reseña histórica:** La empresa distribuidora de artículos de ferretería y pernería inicio sus actividades en la fecha de 09/06/2008, teniendo como fundador a su representante legal al Sr. José Alberto Rojas Calle con D.N.I 02677667, la empresa a sus inicios se ubicó en su casa en la urbanización Magnolias, cada día se ocupaba más espacio por la cantidad de productos que iba adquiriendo es así que a los 9 meses compró un terreno que se ubica

en dirección AV. LOS ALGARROBOS MZA. F LOTE. 11 URB. LAS MAGNOLIAS  
PIURA - PIURA – PIURA.

A los inicios vendía productos de construcción, que era muy rentable teniendo unas ganancias líquidas del 50%, pero al darse cuenta de que podía vender pernos, y que era productos no tan comercializados por los demás comerciantes de la región, decidió hacer contacto con su hermana que radica en Lima y que tiene una ferretería, ella le dio los contactos de las empresas de pernería y decidió comercializarlos. Al darse cuenta de que se vendía mucho, el decidió distribuir a otras pequeñas ferreterías a su alrededor.

El proceso inicial fue difícil, porque tuvo que salir a otros lugares cercanos a Piura, para ofrecer sus productos, muchas veces no le cancelaron cuentas y tuvo que sacar préstamos para asumir esos gastos que se habían generado tanto en transportes, mano de obra y productos.

El apoyo de su familia, lo motivó cada día, para así poder lograr cada meta planeada. Ver el desarrollo de su familia, el crecimiento de su negocio, enfocarse en ventas mayores a las que ya realizaba, generó que impulsará más ventas.

Es así que, con mucha constancia y esfuerzo, logró vender a las municipalidades, a constructoras, a talleres mecánicos, nació la idea de contratar a vendedores externos y enviándolos a lugares cercanos de Piura.

Cuando el negocio fue creciendo adquirió una moto furgón y camioneta y pudo construir todo su local. Es así que hasta el día de hoy tiene una sucursal y tiene 6 trabajadores entre las dos tiendas y es distribuidor mayorista en Piura, Sullana, Talara, Tumbes.

**Misión:** Ser una empresa que brinda a sus clientes la mayor diversidad en materiales de ferretería en general y pernería, en bajos precios, calidad y servicio acorde a las exigencias del mercado, acatando estándares permitidos en el rubro con la finalidad de generar más rentabilidad al negocio.

**Visión:** Mantener un sólido posicionamiento y liderazgo comercial para el año 2016 en cuanto a la venta de materiales de ferretería en general y pernería, mejorando el servicio de calidad a nuestros clientes, para permanecer en crecimiento económico y financiero. **Valores:**

- Honestidad
- Respeto
- Compromiso
- Solidaridad
- Empatía
- Compañerismo

### **Objetivo general**

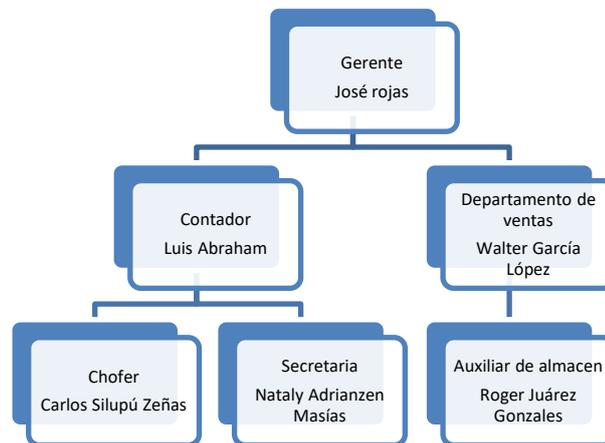
Brindar un servicio íntegro y puntual en la atención al cliente, para así lograr nuestros objetivos específicos.

### **Objetivos específicos:**

1. Implementar un sistema integrado.
2. Comercializar más productos.
3. Aumentar sus ventas vía internet, mediante correo electrónico y Facebook.

4. Tener sucursales en las zonas locales de Piura
5. Desarrollar infraestructura de acuerdo al rubro que desempeñamos.

### Organización estructural



### Organización Funcional



## **MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES (MOF)**

### **PRESENTACIÓN**

La Empresa PROMADI E.I.R.L, es una empresa de ferretera con 9 años de presencia en el mercado, alcanzando un alto prestigio en el ámbito local. La filosofía de la empresa se orienta en ser una empresa ferretera, que se distinga de las demás en la competencia de precios, con atención personalizada orientada a brindarle valor agregado al cliente y con personal altamente motivado y capacitado. En ese sentido, para alcanzar los fines y objetivos, es necesario diseñar una estructura organizacional y funcional que con precisión y claridad exponga las responsabilidades, obligaciones, niveles de autoridad y de coordinación que deben guardar todos los que integran la Empresa, con la finalidad que su colaboración, esfuerzo y compromiso en el trabajo coadyuven a lograr esos propósitos y metas. El resultado de esta labor, es el presente documento denominado Manual de Organización y Funciones – MOF instrumento técnico normativo de gestión que permitirá que los esfuerzos realizado sean eficientes. El MOF es fruto de un constante y permanente estudio y evaluación de la visión y misión de la Empresa, teniendo en cuenta los requerimientos y necesidades que demanda el mundo profesional y laboral cada vez más cambiante y exigente. Así, se ha establecido funciones y responsabilidades, que complementadas con un Manual de Procedimientos y un Sistema Computarizado de Información Integral, en etapa de elaboración, beneficiaran no solo a quienes servimos; si no, harán de la Empresa y del trabajo que hacemos, un esfuerzo eficiente, con calidad y competitividad para el desarrollo de la gestión del talento humano y entregamos al país. El MOF ha sido elaborado con la colaboración del proceso de la Gestión Humana en coordinación con los demás procesos administrativos y trabajadores en general, a ellos

Nuestro reconocimiento y gratitud por su colaboración, sugerencias y estímulos en la elaboración del presente documento.

## **ASPECTOS GENERALES**

### **A. FINALIDAD DEL MANUAL**

El presente Manual de Organización y Funciones de la empresa PROMADI E.I.R.L. es un documento normativo que tiene por finalidad:

1. Dar a conocer la estructura de las diferentes áreas que componen la empresa determinando las funciones generales y específicas de su estructura interna, los niveles de responsabilidad y autoridad, delegados a cada una de las áreas y las relaciones internas y externas de las mismas.

2. Definir claramente su organización y funciones.

3. Brindar información acerca de las funciones y responsabilidades a todo el personal que labora en las diferentes áreas de la empresa. Para ello se distribuirán copias del presente Manual de Organización y Funciones. Todo el personal está en la obligación de cumplir con lo establecido en el presente Manual de Organización y Funciones. Las estructuras o actividades no consideradas en el presente documento deberán desarrollarse de acuerdo a una lógica y práctica interpretación del espíritu del Manual.

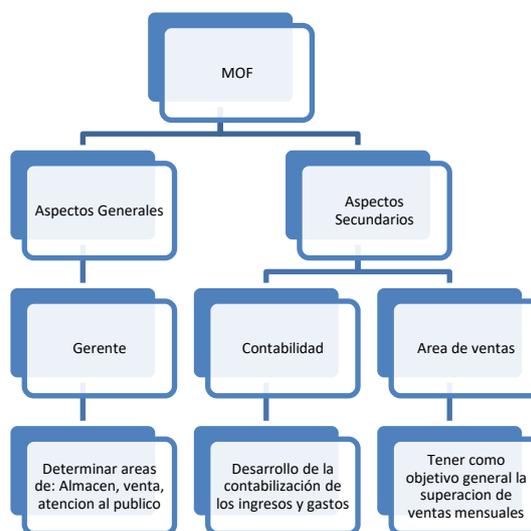
### **B. ALCANCE**

El presente Manual de Organización y Funciones, cubre la organización estructural funcional de la Empresa PROMADI E.I.R.L, siendo su ámbito de aplicación todo el

Personal que labora en las distintas áreas de la Empresa, desde la Gerencia General, Representante Legal, Gerentes de las Áreas Administrativas, Operativas, y Personal que labora en los distintos niveles.

### C. APROBACIÓN

El Manual de Organización y Funciones de la Empresa PROMADI E.I.R.L, será aprobado por el Gerente General (Representante de la empresa).



### Filosofía institucional

La empresa PROMADI E.I.R.L, tiene la siguiente filosofía institucional:

- Calidad

Creemos que nuestra principal responsabilidad y trabajo, es ofrecer el nivel más elevado de calidad, a fin de que nuestros clientes perciban esto en cada producto que compran.

- Responsabilidad

Generamos y exigimos responsabilidad total de nosotros mismos, como parte del proceso de mejoras que afronta la empresa.

## **Estructura orgánica**

### **A. funciones generales de la empresa**

Ofrecer materiales ferreteros, de acuerdo a las necesidades del mercado y la entrega de los productos en buen estado solicitados por nuestros clientes, orientándonos siempre en la mejora continua de nuestras operaciones y en el desarrollo de nuestro personal.

### **B. Estructura orgánica de la empresa órganos de dirección**

- Gerencia General
- Secretaria de recepción
- Vendedores
- Choferes

### **C. Líneas de autoridad, responsabilidad y coordinación**

Las líneas de autoridad son lineamientos donde las organizaciones directas o verticales, en un nivel subalterno, donde predomina las decisiones de la autoridad inmediata superior, tanto en deberes como en responsabilidades, sin discriminar las labores que realiza cada personal. La responsabilidad general y fundamental en la organización, se basa en el compromiso de brindar un óptimo servicio de calidad a nuestros clientes conectados a nuestro rubro desarrollado, con estrategias basadas en fortalecimiento de

desarrollo común, Estos lineamientos permiten formar personas capaces de asumir y afrontar retos y responsabilidades, logrando objetivos y metas de cada unidad orgánica, estimulados por esfuerzos del grupo humano que lo desarrolla.

### **Órganos de dirección**

1. Gerencia General, es el máximo órgano de dirección encargado de la gestión administrativa e institucional de la organización que está a cargo del Gerente General.

#### A. Funciones generales

- a) Ordenar la realización de contratos correspondientes a créditos dados a clientes.
- b) Evaluar contratos correspondientes a créditos.
- c) Establecer objetivos, alinear planes estratégicos y operativos, desarrollar procesos de calidad y control.
- d) Desarrollar las capacidades de la organización a las demandas del mercado.
- e) Traducir los objetivos estratégicos en metas operacionales específicas de cada área de la empresa y verificar su cumplimiento.
- f) Representar a la empresa ante los poderes del estado, entidades bancarias,
- g) Vigilar cada trabajo de cada colaborador, con el objetivo de verificar cumplimiento de objetivos.
- h) Designar confirmación de comités.
- i) Realizar reuniones con los colaboradores mensualmente.

j) Cumplir y hacer cumplir los reglamentos internos

Línea de autoridad y responsabilidad

Jerárquica y administrativamente es el jefe de todas las áreas designadas en la empresa.

2. Jefe de contabilidad

A. Funciones generales

a) Realizar seguimiento a las actividades desarrolladas del área contable, lo que enmarca el saber organizar, planificar y cumplir con lo pactado.

b) Elaborar y presentar proyecciones financieras de la organización, de acuerdo a como lo solicite el Gerente General.

c) Preparar y verificar la información contable de la empresa para fines tributarios.

d) Revisar documentos de estados financieros, de acuerdo a sistema tributario.

e) Declarar impuestos mensuales.

f) Análisis de cuentas contables, sobre todo para verificar posibles errores en cuentas consideradas en los registros contables.

g) Entregar los cheques emitidos siempre que tengan la aprobación de la Gerencia General.

h) Verificar reportes diarios de Caja chica, para poder controlar el dinero del ente.

i) Dirigir reuniones periódicas con el personal a su cargo, para verificar los cumplimientos de objetivos de departamento.

j) Pagar proveedores, según fecha de recepción de comprobantes emitidos.

k) Elaboración de Reportes que faciliten la interpretación correcta de la información contable financiera.

Línea de autoridad y responsabilidad

Jerárquica y administrativamente responde ante la Gerencia General.

### 3. Secretaria de recepción

Personal de confianza que asume el cargo de Secretaria Ejecutiva, quien administra toda documentación que la empresa emita o se le haga llegar, para dar de conocimiento a la Gerencia, desarrollando fuera de eso actividades encomendadas por su superior.

#### A. Funciones específicas

a) Emisión y recepción de documentos.

b) Redactar informes solicitados por Gerencia.

c) Mantener información ordenada y al alcance del personal autorizado.

d) Mantener bienes muebles en estado óptimo, apoyo al área de limpieza en esta actividad.

e) Llevar un control de ingreso de documentos recibidos, así como emitidos.

f) Redacción de documentos (oficios, cartas, etc), siempre y cuando tenga autorizando de su superior.

g) Seguimiento de cuentas por cobrar a los clientes.

h) Apoyo de compras, en coordinación con logística.

j) Controlar los archivos de constitución de la empresa y seguros.

Línea de autoridad y responsabilidad

Jerárquica y administrativamente responde ante la Gerencia General.

#### 4. Vendedores

Son figuras claves en la economía de una empresa, siendo estos los organizadores creativos para la captación de clientes

##### Funciones Generales

- a) Visitar clientes en zonas locales indicadas por el Gerente.
- b) Verificar stock de materiales, solicitados por el cliente.
- c) Pasar sus pedidos de ventas a la secretaria de recepción
- d) Emitir sus descuentos en precios de materiales a la secretaria.
- e) Emitir diariamente su record de visitas al Gerente.
- f) Integrarse a las actividades de mercadotecnia.
- g) Contribuir a la solución de problemas
- h) Manejar y custodiar el archivo de expedientes de los clientes.
- i) Verificar la entrega de materiales a los clientes
- j) Conducir y hacer cobranza
- k) Cumplir con las normas establecidas en el RIR.
- l) Ejecutar técnicas de venta
- m) Otras funciones que se le designen

##### Línea de autoridad y responsabilidad

Jerárquica y administrativamente responde ante la Gerencia General.

#### 1. CHOFERES

##### Funciones Generales

- a) Conducir cumpliendo con las leyes de tránsito.
- b) Mantener su documentación al día
- c) Controlar el mantenimiento mensual de las móviles
- d) Entregar a los clientes el material solicitado, en óptimas condiciones.
- e) Mantener el aseo de las móviles.
- f) Cumplir con las normas de seguridad
- g) Otras funciones asignadas por la empresa.

Línea de autoridad y responsabilidad

Jerárquica y administrativamente responde ante la Gerencia General.

Reglas

- Cumplir el horario establecido de la empresa
- Respetar a los compañeros de trabajo.
- Ser responsables con cada función asignada a cada colaborador.
- Ser aseados con cada área de la empresa.
- No prestarse para temas de intriga hacia otros compañeros.

## **Plan de contingencias**

### **I. Objetivos**

- Participar de simulacros preventivos mensualmente.
- Disponer de áreas de evacuación dentro y fuera del local, señalizándolas.

- Organizar acciones con los colaboradores, para prevenir cualquier hecho perjudicial por hechos naturales.
- Dar funciones a cada colaborador, de acuerdo al plan de contingencias.

## **II. Organización**

El gerente general de la empresa “Promadi EIRL”, en cumplimiento con las disposiciones legales, ha distribuido su comité:

- |                                |  |
|--------------------------------|--|
| 1. Jose Alberto Rojas Calle    | Gerente General  |
| 2. Walter Smit Garcia Lopez    | Vendedor (Asistente de ayuda en primeros auxilios)   |
| 3. Carlos Antonio Silupu Señas | Chofer y vendedor (Avisara a las entidades responsables de velar por salud y seguridad ante cualquier emergencia). |

## **III. Responsable del plan**

José Alberto Rojas Calle

## **IV. Brigada contra incendio**

1. Comunicar de manera inmediata al Jefe de Brigada de la ocurrencia de un incendio.
2. Actuar de inmediato haciendo uso de los equipos contra incendio (extintores portátiles).
3. Estar lo suficientemente capacitados y entrenados para actuar en caso de incendio.

4. Activar e instruir la activación de las alarmas contra incendio colocadas en lugares estratégicos de las instalaciones.

5. Recibida la alarma, el personal de la citada brigada se constituirá con urgencia en el lugar siniestrado.

6. Iniciado el fuego se evaluará la situación, la cual si es crítica informará a la Consola de Comando para que se tomen las acciones de evacuación del establecimiento.

7. Adoptará las medidas de ataque que considere conveniente para combatir el incendio.

8. Se tomarán las acciones sobre la utilización de los equipos de protección personal para los integrantes que realicen las tareas de extinción.

9. Al arribo de la Compañía de Bomberos informará las medidas adoptadas y las tareas que se están realizando, entregando el mando a los mismos y ofreciendo la colaboración de ser necesario.

## **V. Teléfonos en caso de emergencia**

|                     |            |
|---------------------|------------|
| Comisaria de Piura  | 073-307643 |
| Bomberos santa rosa | 073-355555 |
| Defensa Civil       | 110        |

## **VI. Antecedentes**

La empresa PROMADI EIRL, se encuentra ubicado en AV. LOS ALGARROBOS MZA. F LOTE. 11 URB. LAS MAGNOLIAS PIURA - PIURA – PIURA.

El segundo local se encuentra ubicado Country N° 528, referencia al costado de las casa del tornillo.

La empresa se encarga de comercializar productos de pernería y de ferretería en general como la venta de tubos, cemento, yeso, etc.

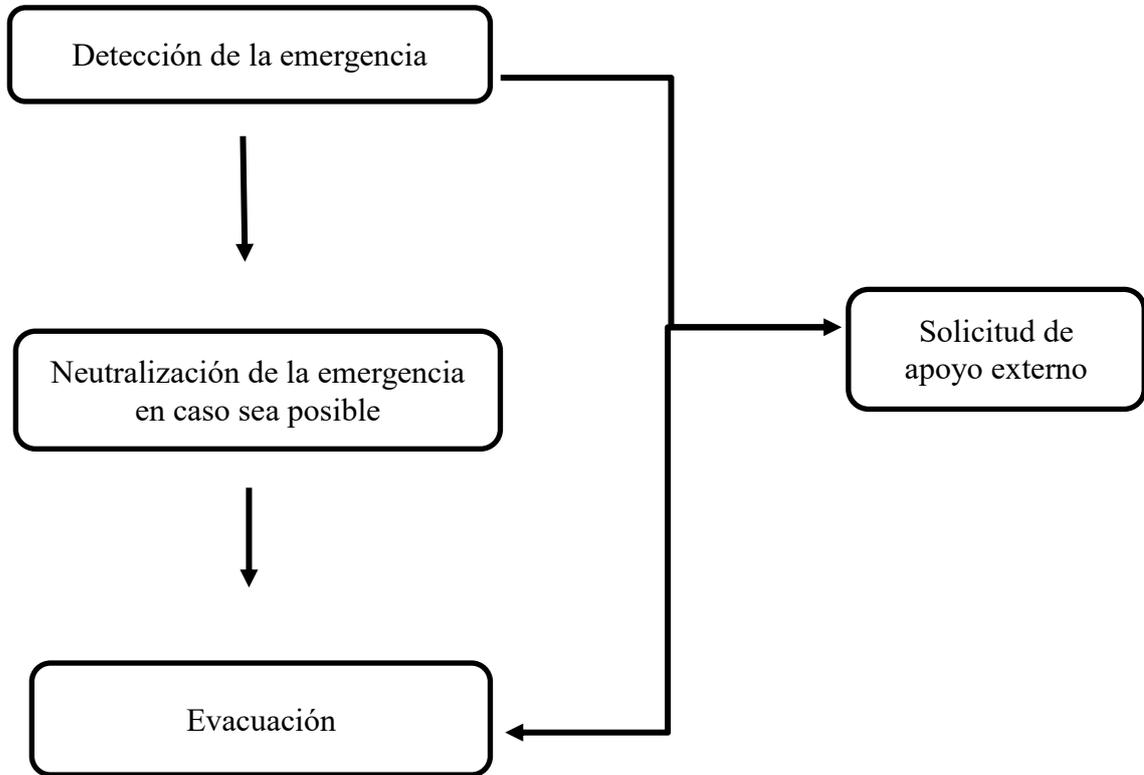
El área de su establecimiento es de 20 x 80 mts y es de un nivel, construido en material noble.

## **VII. Capacidad de Aforo**

El local principal tiene la capacidad de atender 20 personas

La tienda sucursal tiene la capacidad de atender 8 personas

### VIII. Acciones Básicas



Fuente: Desarrollado por PROMADI E.I.R.L

### IX. Alcances y aplicaciones del plan

El presente plan será de conocimiento, aplicación y responsabilidad de todo el personal de la empresa, incluyendo clientes eventuales. La aplicación de este plan es para contrarrestar algún accidente.

## **X. Plan de evacuación**

Ante la ocurrencia de cualquier incidente que pueda comprometer la vida y la salud de los eventuales clientes y trabajadores, se dispondrá la evacuación inmediata del personal y clientes eventuales hacia la zona segura previamente establecida.

Ante una señal el personal procederá a paralizar sus actividades, adoptando las medidas específicas de seguridad.

### **2.3 Marco Conceptual**

#### **2.3.1 Financiamiento**

##### **2.3.1.1 Definición por varios autores**

Según **Aguirre (1992)**, define la financiación como: "la consecución del dinero necesario para el financiamiento de la empresa y quien ha de facilitarla"; o dicho de otro modo, la financiación consiste en la obtención de recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines. Así por ejemplo, existen empresas con una preferencia notable hacia el endeudamiento bancario, mientras otras optan por la autofinanciación o acuden a emisiones de acciones para conseguir recursos que financien su actividad. A priori, las combinaciones posibles entre las distintas formas de financiación son múltiples, incluso para aquellas organizaciones que tienen un acceso restringido a los mercados financieros, como es el caso de las pequeñas y medianas empresas (PYME).

**Según Gitman (1996).** Designa con el termino de financiamiento al conjunto de recursos monetarios financieros que se destinaran para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto económico, la principal particularidad en que estos recursos financieros son generalmente sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobiernos, gracias a préstamos sirven para complementar recursos propios, que permitirá un auge económico, para el desarrollo de las mismas empresas.

**Según Ortega (2002):** Afirma que la palabra Financiación es la acción de financiar recursos para llevar a cabo una adquisición de un bien o servicio. Presente acto de dar crédito a una organización o persona natural, para las diferentes distribuciones que se le pueda dar Es necesario tener en cuenta que existen tipos de financiación, pero se pueden tomar de acuerdo al análisis de factores que hagamos. Esto para no verse perjudicado en futuros compromiso de pago.

### **2.3.1.2 Componentes del Financiamiento**

**Los componentes financieros se comprenden en:**

- a. **Los instrumentos financieros:** Un instrumento financiero es un contrato que da lugar, simultáneamente, a un activo financiero para una empresa y a un pasivo financiero o instrumento de capital en otra empresa (NIC 32.11). Esta definición pone de relieve la relación bilateral que supone todo instrumento financiero, al implicar a dos partes de forma simultánea, y también pone de manifiesto la necesidad de conjugar la contabilización que tenga lugar en las dos partes implicadas en el mismo, para asegurar la máxima coherencia. Gonzalo J. (2004)

- b. **Las instituciones o intermediarios financieros :** Los Intermediarios Financieros (Bancos, Cajas de Ahorro,) reciben el dinero de los agentes con superávit de fondos, quienes de forma general están dispuestos a prestarlos a medio y corto plazo. Seco M. (2006). Los bancos funcionan como receptores en la captación de dinero y en la entrega de este en base a préstamos. Permitiendo así que el dinero esté en continua circulación, innovando en procesos tecnológicos que estén cada día más al alcance de las personas para poder guiar en temas económicos.
- c. **Los mercados financieros :** Los Mercados Financieros constituyen la base de cualquier Sistema Financiero. Un Mercado Financiero puede definirse como un conjunto de mercados en los que los agentes deficitarios de fondos los obtienen de los agentes con superávit. Esta labor puede llevarse a cabo, bien sea directamente o bien a través de alguna forma de mediación o intermediación por el Sistema Financiero.

También Riehl H. (1924) realiza otra clasificación de los mercados financieros, pero la nombra de forma distinta y la divide en cinco criterios:

Según la forma de funcionamiento

1. Directos e intermediados:

- **Directos:** cuando los intermediarios de activos financieros se realizan directamente entre demandantes de financiamiento y los oferentes de fondos, es decir, los agentes –compradores y vendedores– se encargan por sí mismos de buscar su contrapartida, con una información limitada y sin ayuda de agentes especializados (brokers –comisionistas– que tienen la

función de relacionar a los oferentes y demandantes de activos mediante el cobro de una comisión).

- Intermediados (aunque en otras clasificaciones se les nombra indirectos): cuando al menos uno de los participantes en cada operación de compra o venta de activos es un intermediario financiero. Este tipo de mercado es imprescindible para desarrollar los procesos de inversión en las pequeñas y medianas empresas, ya que la captación de fondos de forma directa está más al alcance del sector público o de las grandes Empresas de reconocida solvencia. En estos mercados es fundamental el papel que juegan los intermediarios financieros en su función de colocar y más aún de transformar los activos, convirtiéndolos –una vez adquiridos por ellos– de títulos primarios a títulos indirectos o secundarios emitidos por ellos mismos, con una serie de bondades nuevas que los hacen más aptos y atractivos para su aceptación por las unidades superavitarias. Los bancos son considerados los operadores por excelencia del mercado intermediado.

Según el grado de organización

2. Organizados y no organizados:

- Organizados: en los que se comercia con muchos títulos de forma simultánea, en un solo lugar generalmente y bajo una serie específica de normas y reglamentos; como ejemplo están las bolsas de valores, el mercado de divisas y el interbancario.

- No organizados: aquellos en los que sin sometimiento a una reglamentación estricta se intercambian activos directamente entre agentes

o intermediarios, sin necesidad de definir el sitio donde tiene lugar la transacción, ya que las condiciones de precio y cantidad las fijan libremente las partes y no se precisa la intervención de un agente mediador, aunque este pueda existir.

El Mercado Financiero también puede considerarse como un haz de mercados en los que tienen lugar las transacciones de Activos Financieros, tanto de carácter primarias como secundarias. Las primeras suponen una conexión directa entre lo real y lo financiero y sus mecanismos de funcionamiento se interrelacionan según los plazos y garantías en cuanto al principal y su rentabilidad real (tipo nominal menos la tasa de inflación).

### **2.3.1.3 Fases del Financiamiento:**

**1. El Análisis Financiero:** ¿Cumplí las metas propuestas?, ¿Utilicé los recursos conforme a lo planeado?, ¿Qué motivó las desviaciones? Mediante el uso de la información contable y financiera se realiza el análisis del efecto de las decisiones empresariales en las operaciones realizadas a fin de identificar fortalezas y debilidades. Rubio (2007), enfoca el análisis financiero como un proceso que consiste en la aplicación de un conjunto de técnicas e instrumentos analíticos a los estados financieros, para generar una serie de medidas y relaciones que son significativas y útiles para la toma de decisiones; puesto que, la información registrada en los estados financieros por sí sola no resulta suficiente para realizar una planificación financiera pertinente o analizar e interpretar los resultados obtenidos para conocer la situación del ente.

**2. La Planeación Financiera:** ¿Cómo lograré las metas financieras? Para lo cual se establecen los escenarios futuros de actuación de la empresa y los efectos de las

decisiones en la manera en que serán afrontados. Por su parte Weston (2006) determina que la planificación financiera, permite la elaboración de proyecciones de ventas, ingresos y activos, tomando como base estrategias alternativas de producción y mercadotecnia, así como la determinación de los recursos que se necesitan para lograr estas proyecciones. En esta fase se determinan las estrategias de negocio, las ganancias esperadas y el pronóstico del valor futuro de la empresa. La herramienta numérica es el presupuesto. Proyecta el gran futuro que la empresa busca desarrollar con cada objetivo planteado.

**3. El Control Financiero:** Técnica de la administración financiera que tiene por objeto asegurarse que se lleven a cabo todas las operaciones planteadas inicialmente, de manera eficiente, evaluando de forma conjunta todas las cifras preestablecidas con las reales, para encontrar las desviaciones, deficiencias o fortalezas que ayuden al logro de los objetivos planteados. Robles C. (2012)

#### **2.3.1.4 Principios del Financiamiento**

Los principios del financiamiento, comprenden la toma de decisiones en el área de finanzas, medir la conducta financiera, las transacciones financieras, estructura financiera. Estos principios permiten saber, la capacidad y momento que el activo posee para convertirse en efectivo o dinero, y en su contrapartida, la capacidad y momento que posee el pasivo para convertirse en exigible y aquel que sirva para asumir compromisos de pago, a corto y largo plazo que puede afrontar el ente económico en su organización dirigida.

Según Gitman L. y Zutter C. (2012). Los Principios financieros analizan el papel que desempeñan en los negocios los gerentes financieros; se examina también el ambiente de

los mercados financieros en el cual operan las compañías. Sostenemos que el objetivo de los administradores debe ser maximizar el valor de la empresa y, en consecuencia, maximizar las ganancias de los accionistas. Los gerentes financieros actúan en representación de los accionistas tomando decisiones operativas y realizando inversiones cuyos beneficios son mayores que los costos. Estas decisiones generan ganancias para los accionistas. Es importante maximizar las ganancias de los accionistas porque las empresas operan en un ambiente financiero altamente competitivo que ofrece a los accionistas muchas alternativas de inversión. Para elevar los recursos financieros necesarios para garantizar la continuidad de las operaciones y las oportunidades de inversiones futuras, los administradores deben entregar valor a los inversionistas de la compañía. Sin gerentes financieros inteligentes y sin acceso a los mercados financieros, es poco probable que una empresa sobreviva, y mucho menos que logre la meta a largo plazo de maximizar el valor de la empresa. Todo activo tiene un financiamiento y, por ende, quien lo provee, el cual en determinado momento reclama para sí dicha riqueza a una tasa de ganancia determinada. Por esta razón se habla de principios, porque hace alusión a aspectos que son la esencia del comportamiento del activo y del pasivo. Ambos, poseen una capacidad específica de entregar dinero a la caja y de extraerlo de ella, como también, ambos, poseen un momento determinado para ejecutar dicha acción, y ese momento es algo que es propio, connatural, ya sea, de los activos o de los pasivos.

**1.-Principios de la relación riesgo – rentabilidad:** Entendida como una parte importante dentro de las finanzas, en donde su comportamiento refleja de manera automática si el resultado es bueno o malo para los fines establecidos. Tapia j. (2017) en su libro titulado Rentabilidad, inversión y crisis define rentabilidad como la capacidad de generar renta, midiendo la eficiencia con la que se usan los recursos de la empresa, mientras estos

recursos sean trabajados de manera óptima, los resultados serán importantes para el crecimiento de las empresas. Sin embargo, al hablar de riesgo, a que se hace alusión o bien, el riesgo está asociado a que en algún momento de la operación, la empresa no sea capaz de generar la suficiente caja para pagar la rentabilidad exigida por dichos “inversionistas/Acreedores” Son dos riesgos distintos: el primero, depende de la relación de endeudamiento o leverage, en cambio el segundo, de la capacidad y momento que posee el activo para generar caja, de modo de hacer frente a los compromisos pactados que desarrolla la empresa en sus actividades.

**2. El dilema entre la liquidez y la necesidad de invertir** El ser humano prefiere tener dinero en efectivo, pero sacrifica liquidez con la esperanza de ganar interés o utilidades. El activo líquido es el que se negocia en un mercado activo y por lo mismo puede convertirse rápidamente en efectivo al precio actual del mercado; En un análisis completo de liquidez hay que usar presupuestos de efectivo; pero para una medida inmediata y fácil de utilizar la liquidez se obtiene relacionando el efectivo disponible y otros activos circulantes con las obligaciones del momento. Ehrhardart M. y Bridhan E. (2017).

**3. El ciclo de los negocios:** Las empresas dirigidas por personas con capacidad de aportar ideas de desarrollo saben que un ciclo de negocio se basa en la economía del país, es ahí donde se puede medir el ciclo del ente. Uribe M. y Carbonell K. (2014). Para la construcción de los ciclos se utiliza la metodología clásica y se construye un ciclo de referencia a partir de ciclos individuales de tres índices de actividad económica real. Con el fin de medir la sincronización entre el ciclo de negocios y los ciclos de las políticas fiscal y monetaria se utiliza el estadístico de Harding y Pagan (2006).

**4. Apalancamiento (uso de deuda):** El apalancamiento permite hacer transacciones usando recursos propios y recursos bancarios, con la única finalidad de obtener una rentabilidad. Castillo C. (2011), Un apalancamiento financiero se refiere a usar endeudamiento para financiar una operación, es decir, que no solo se realizará una operación con fondos propios, sino también con un crédito.

**5. Costos de oportunidad:** El costo de oportunidad de las empresas no solo está en el momento en el que se decide tomar una decisión si no que está presente en todo el tiempo. Según los autores POLIMENI, FABOZZI Y ADELBERG (1997) en su libro “Contabilidad de Costos” define el Costo de oportunidad de la siguiente manera: Cuando se toma una Decisión para empeñarse en determinada alternativa, se abandonan los beneficios de otras opciones. Los beneficios perdidos al descartar la siguiente mejor alternativa son los costos de oportunidad de la acción escogida. Puesto que realmente no se incurre en costos de oportunidad, no se incluyen en los registros contables. Sin Embargo, constituyen costos relevantes para propósitos de toma de decisiones y deben tenerse en cuenta al evaluar una alternativa propuesta.

#### **2.3.1.5 Tipos de financiamiento**

La forma en que algún negocio logra conseguir capital para emprender sus actividades se la conoce bajo el nombre de financiamiento. Domínguez (2005), como la obtención de recursos o medios de pago, que se destinan a la adquisición de los bienes de capital que la empresa necesita para el cumplimiento de sus fines. Según su origen, los tipos de financiamiento suelen agruparse de la siguiente manera:

**Pagaré:** Según Villanueva (2013), es un título valor que incorpora una promesa de pago por el firmante de una suma de dinero, no sujeta a condición. La obligación que se paga puede originarse en cualquier tipo de contrato (compraventa, préstamo). Los pagarés se pueden emitir al portador en cuyo caso el firmante se compromete a pagar al que resulte ser portador del documento o de forma nominativa (el firmante se compromete a pagar al beneficiario cuyo nombre aparece en el documento o a la persona a la que éste endose el título). Los pagarés al portador se rigen por el C.Com. [Art. 544 y ss.], los nominativos (o cambiarios) por la LCC.

Es importante en las transacciones financieras y comerciales que la empresa realiza, iniciando como instrumento para lograr la captación de más fondos.

**Soto (2016)**, el pagaré es un título de crédito, que es formal y además abstracto, por lo que es pertinente revisar cada uno de sus elementos: El pagaré es un título de crédito, necesario para ejercitar el derecho literal que en él se consigna, por lo que reúne las características de incorporación, literalidad, legitimación y autonomía, analizadas en la primera unidad.

**Línea de crédito:** Estas líneas de crédito son sumas de dinero que están disponible en el banco, pero durante un período de tiempo determinado previamente. Estas se dan a personas particularmente medidas en palabras financieras positivas, para poder asumir compromisos de pago. Las desventajas que presenta esta modalidad es que es limitada a ciertos sectores que resulten altamente solventes y por cada línea de crédito que la empresa utilice se deben pagar intereses. La ventaja es que la empresa cuenta con dinero en efectivo disponible. Spinack (2017). Otra de las desventajas es que estas líneas de

crédito, sus porcentajes de interés son más altos que un préstamo comercial, lo recomendable siempre es solicitar dichos préstamos.

**Crédito comercial:** Rodríguez (2006), esto significa la utilización de las cuentas por pagar de la empresa como fuente de recursos y puede incluir las cuentas por cobrar, los gastos a pagar o del financiamiento del inventario. El crédito comercial tiene a favor que es poco costoso y permite la agilización de las operaciones. La desventaja es que en caso de que no se paguen pueden tomarse medidas legales.

**Crédito bancario:** Solicitado en las entidades bancarias, aplicados a cláusulas que se detallan en un contrato formal, firmado por ambas partes, para dar fe de la operación realizada. Algunas ventajas que presenta este financiamiento es que los préstamos suelen adaptarse a las necesidades entidad y además las ayuda a estabilizarse en relación al capital en un corto lapso de tiempo. Las desventajas son que la empresa debe ir cancelando tasas pasivas y que los bancos resultan ser demasiados estrictos, por lo que pueden limitar todo aquello que vaya en contra de sus propios intereses. Rodríguez (2006)

Dentro de financiamiento a **largo plazo** se encuentran, entre otras, las siguientes variantes:

**Acciones:** Son representaciones en participaciones de capital o de patrimonio del accionista en una empresa. Una de las grandes desventajas es que presenta un alto costo de emisión ocasionando que el control de la entidad puede quedar afectado. Lo favorable que presenta esta modalidad es que resultan útiles a la hora de adquirir o fusionar empresas. Sánchez (2005).

**Bonos:** Un bono es una obligación financiera según Mascareñas (1997), contraída por el inversionista; es un certificado de deuda indicando ser una promesa de pago futura documentada en un papel y que determina el monto, plazo, moneda y secuencia de pagos.

Aching (2010) Los bonos son obligaciones emitidas a plazos mayores de un año. Normalmente, el comprador del **bono** obtiene pagos periódicos de intereses y cobra el valor nominal del mismo en la fecha de vencimiento, mientras que el emisor recibe recursos financieros líquidos al momento de la colocación.

**Hipoteca:** Manzano (2009), detalla que es un acuerdo, donde una propiedad o un bien queda en manos del acreedor, con la finalidad que el préstamo sea cancelado. Esta manera de buscar financiamientos, crea desventajas como que surjan medidas legales en caso de que no se cumpla con el pago. Como dice Arean (2009), "asegurar el cumplimiento de una obligación así garantizada"; sin embargo, la misma autora agrega: "Es cierto que estas garantías tampoco dan al acreedor una seguridad absoluta, pues la cosa, al convertirse en dinero, puede resultar insuficiente para satisfacer el crédito. Pero, de cualquier modo, son beneficios que si se efectúan de la manera óptima, pueden lograrse beneficio a largo plazo.

#### **2.3.1.6 Normas del Financiamiento**

Mantilla S. (2012). Las **NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera)** Están basados a partir de principios y esa es su diferencia fundamental en relación con los anteriores sistemas de contabilidad basados en reglas. Por eso, es imprescindible conocer cómo funcionan por dentro, entender las definiciones que utiliza y la dinámica de su operación e implementación. Posteriormente se puede pasar a otras elaboraciones.

Pero es un error pretender adentrarse en el nuevo sistema desconociendo lo que es básico. La presente sección le ayuda al lector a conocer las características del nuevo lenguaje de la información financiera, que es respuesta a las nuevas realidades del entorno económico mundial. Posteriormente lo adentra en la dinámica interna de este nuevo proceso en términos de reconocimiento, medición, presentación y revelación comprenden un conjunto de conceptos generales y normas particulares que regulan la elaboración y presentación de la información contenida en los estados financieros y que son aceptadas de manera generalizada en un lugar y a una fecha determinada. Su aceptación surge de un proceso formal de auscultación realizado por el CINIF, abierto a la observación y participación activa de todos los interesados en la información financiera.

Evolucionan continuamente por cambios en el entorno y surgen como respuesta a las necesidades de los usuarios de la información financiera contenida en los estados financieros y a las condiciones existentes. La globalización en el mundo de los negocios y de los mercados de capital está propiciando que la normatividad contable alrededor del mundo se armonice, teniendo como principal objetivo la generación de información financiera comparable, transparente y de alta calidad, sobre el desempeño de las entidades económicas, que sirva a los objetivos de los usuarios generales de dicha información.

### **2.3.2 Ferretero**

**2.3.2.1 Definición:** Etimológicamente ferretería significa «tienda del hierro».

Ferretería también designa al conjunto de útiles de hierro que en ella se puede adquirir (producto de ferretería) y por extensión a otros productos metálicos.

Una ferretería es un establecimiento comercial dedicado a la venta de materiales para la construcción y las necesidades del hogar, normalmente es para el público en general aunque también existen dedicadas a profesionales con elementos específicos como: cerraduras, herramientas de pequeño tamaño, clavos, tornillos, silicona, persianas, por citar unos pocos.

**2.3.2.2 Clasificación:** Las ferreterías tienen áreas específicas, como iluminación, cerrajería, pernería, pintura, herramientas, materiales de construcción.

### **III. HIPÓTESIS**

La hipótesis no aplica por ser una investigación de modelo descriptivo, bibliográfica y de caso.

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1 Diseño de la investigación**

La investigación utilizó:

Diseño Cualitativo: ya que el objetivo principal de la investigación cualitativa es el de proporcionar una metodología que permita comprender el complejo mundo de la experiencia vivida desde el punto de vista de las personas que la desarrollan (Taylor y Bogdan, 1984).

En tema general se basa en la interacción de personas con los datos que se buscan y desean desarrollarse, para eso es posible afianzarse de encuestas u otras herramientas de ayuda que faciliten la interpretación de los datos recogidos.

Diseño descriptivo: Porque nos permite usar hipótesis como base para la realización de estudios analíticos, es necesario tener datos veraces, para que nos puedan permitir identificar los puntos que se quieren desarrollar en la investigación. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio. Al igual que la investigación que hemos descrito anteriormente, puede servir de base para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad.

Bibliográfico: Esta investigación se basa en la consulta de libros o páginas que contengan información de temas centrales a lo propuesto a investigar.

Documental: La investigación documental es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos varios. Un tipo específico de investigación documental es la investigación secundaria, dentro de la cual podremos incluir a la investigación bibliográfica y toda la tipología de revisiones existentes (revisiones narrativas, revisión de evidencias, meta-análisis, metasíntesis). Siendo la unidad de análisis los propios documentos que se toman en cuenta para culminar dicho desarrollo.

## **4.2 Población y muestra:**

### **4.2.1 Población:**

Por ser una investigación bibliográfico-documental no aplica población.

### **4.2.2 Muestra**

Por ser una investigación bibliográfico-documental no aplica muestra.

## **4.3 Técnicas e instrumentos**

### **4.3.1 Técnica**

Para el recojo de la información se utilizó la técnica de la revisión bibliográfica y entrevista.

### **4.3.2 Instrumento:**

Para el recojo de la información se utilizó fichas bibliográficas y cuestionario que consta de 21 preguntas y se realizó al Gerente General de la empresa.

La opción de respuesta estuvo condicionada con un SI y un NO, teniendo en cuenta que la redacción de dichas preguntas, fueron realizadas de óptima manera adecuadas al contexto a investigar.

## **4.4 Operacionalización de variables**

No aplica por ser investigación bibliográfica documental y de caso.

## **4.5 Plan de análisis**

**Para conseguir el objetivo específico 1:** Se realizó una revisión bibliográfica y documental de la literatura pertinente (antecedentes).

**Para conseguir el objetivo específico 2:** Se utilizó un cuestionario, el mismo que fue aplicado a la empresa del caso.

**Para conseguir el objetivo específico 3:** Se realizó un análisis comparativo de los resultados del objetivo específico 1 y el objetivo específico 2.

#### 4.6 Matriz de consistencia

| Enunciado   | Objetivo general   | Objetivos específicos  | Variable                     | Metodología   |
|---|--|--|------------------------------|---|
| <p>¿Cuáles son las principales características del financiamiento en las empresas ferreteras en el Perú y de la empresa “PROMADI E.I.R.L.” - Piura, 2017?</p> | <p>Determinar las principales características del financiamiento en las empresas ferreteras del Perú y de la empresa “PROMADI E.I.R.L” – Piura, 2017. Del sector comercio – Rubro ferretero.</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Describir las principales características del financiamiento de las empresas ferreteras del Perú.</li> <li>2. Describir las principales características del financiamiento en la empresa ferretera “PROMADI EIRL” – Piura, 2017.</li> <li>3. Realizar el análisis comparativo de las principales características del financiamiento de las empresas ferreteras en el Perú y de la empresa “Promadi E.I.R.L “– Piura, 2017</li> </ol> | <p><b>Financiamiento</b></p> | <p><b>Diseño:</b><br/>Cualitativo -<br/>Descriptivo-<br/>bibliográfico-<br/>documental y de caso.<br/><b>Técnica</b><br/>Revisión bibliográfica<br/>y entrevista.<br/><b>Instrumento:</b><br/>Fichas bibliográficas y<br/>cuestionario.</p> |

## 4.7 Principios Éticos

Durante el desarrollo de la investigación se ha considerado en forma estricta el cumplimiento de los principios éticos que permitan asegurar la originalidad de la investigación. Asimismo, se han respetado los derechos de propiedad intelectual de los libros de texto y de las fuentes electrónicas consultadas, necesarias para estructurar el marco teórico que se solicita en la investigación.

De otro lado, considerando que gran parte de los datos utilizados son de carácter público, y pueden ser conocidos y empleados por diversos analistas sin mayores restricciones, se ha incluido su contenido sin modificaciones, salvo aquellas necesarias por la aplicación de la metodología para el análisis requerido en esta investigación.

Cuando los valores se combinan, forman sistemas de valores que se vuelven principios que guían a una persona en la evaluación de la toma de decisiones ética o en casos específicos del comportamiento. Fox. J. (2000).

Connoks y Johns (1995), indican que hablar de ética es hablar de justicia, de decidir entre lo que está bien y lo que está mal. Es definir cómo aplicar las reglas que fomenten un Comportamiento responsable tanto individual como grupal. Es también la esencia de cada persona y se encuentra muy en el fondo de nuestros valores, los cuales afectan las decisiones de cada persona.

Se comprende que estos principios guían la preparación concienzuda de propuestas para los estudio científicos. En diferentes circunstancias, pueden expresarse en forma diferente y se les puede otorgar una importancia diferente, y su aplicación, de absoluta buena fe, puede tener efectos diferentes y provocar decisiones o cursos de acción diferentes. Estos principios

se han debatido y elucidado intensamente en las últimas décadas, y el objetivo de estas Pautas es que se apliquen a la epidemiología.

Igualmente, se conserva intacto el contenido de las respuestas, manifestaciones y opiniones recibidas de los trabajadores y funcionarios que han colaborado contestando las encuestas a efectos de establecer la relación causa-efecto de las variables. Además, se ha creído conveniente mantener en reserva la identidad de los mismos con la finalidad de lograr objetividad en los resultados. Estos principios son fundamentales en el desarrollo del ser humano, porque contribuyen directamente en la formación social, educativa y familiar. “Esto implica una reflexión de los actos morales y una revisión crítica sobre la validez de dicha conducta”. Cañas (1998).

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

#### 5.1.1 Respecto al objetivo específico 1

1. Describir las principales características del financiamiento de las empresas del sector comercio – rubro ferretero en Perú.

**CUADRO 1**

| <b>AUTORES</b>          | <b>RESULTADOS</b>  |
|-------------------------|--|
| <b>Velásquez (2011)</b> | “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en las MYPES del sector comercio – rubro ferretería y de electricidad en el mercado ferrocarril del distrito de Chimbote, periodo 2009 – 2011”. Desarrolla la investigación indicando que el financiamiento del negocio combina fuentes o estructuras financieras, para poder lograr un financiamiento bancario, pudiendo ser créditos, leasing, hipotecas, etc. Comprendiendo de tal manera que las fuentes tanto internas como externas, son beneficiosas de acuerdo al uso que se le dé. |

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| <p><b>Benancio (2012)</b></p>  | <p>“El financiamiento bancario y su incidencia en la rentabilidad de la microempresa. Caso ferretería Santa María S.A.C del distrito de Huarney, periodo 2012”. La investigación desarrolla el buscar financiamiento para la expansión de su negocio, pero antes se realiza el análisis para poder verificar si afecta o contribuye a la mejora económica de la empresa. A la vez saber las numerosas variantes que pueden utilizar, siempre y cuando sean de confianza.</p>   |
| <p><b>Rodríguez (2014)</b></p> | <p>“Caracterización del financiamiento en las MYPES del sector comercio- rubro ferreterías de la i y ii etapa San Luis distrito de nuevo Chimbote, 2013”, En el desarrollo de su investigación nos indica las condicionales que tienen las ferreterías de este distrito, para poder acceder a créditos , ya que esto se mide a un análisis de información que es solicitada por los analistas o jefes encargados de las entidades bancarias, por lo tanto esto tiene acciones positivas y negativas que influyen en dichas empresas.</p> |

|  |  |
|--|--|
| <p><b>Bayona(2012)</b></p>             | <p>“Caracterización del financiamiento y capacitación de las MYPES del sector comercio- rubro ferreterías en la ciudad de Talara- año 2011”, El autor demuestra que tanto las fuentes como las variables de financiamiento permiten que al obtener una financiación ya sea a corto o largo plazo, se tenga claro la disposición de ese efectivo, o la distribución de este, de acuerdo a lo analizado por el ente responsable dentro de la jerarquía del manual de funciones.</p>                        |
| <p><b>Diario El Correo (2015).</b></p> | <p>En su edición digital, “Crecimiento de las ferreterías nacionales” publicó que diferentes empresas del rubro ferretero han logrado conseguir un financiamiento externo, lo que permite un constante auge económico en el país, siempre que el dinero sea empleado de manera óptima, el cómo obtienen este financiamiento es diverso, pero el cómo lo tratan de utilizar es de acuerdo a las necesidades que el ente manifieste en el proceso de evaluación para solicitar dichos financiamientos.</p> |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| <p><b>Infante(2013)</b></p>   | <p>“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de artículos de ferretería del distrito Sullana, 2013- 2014”. En su investigación de tesis, desarrolla como las fuentes de financiamiento, pueden afectar o rentabilizar sus ganancias. Presentar toda la documentación necesaria, para no presentar observaciones en las solicitudes de crédito presentadas a diferentes entidades bancarias.</p>   |
| <p><b>Chiroque (2013)</b></p> | <p>“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio rubro artículos de ferretería del mercado modelo de Piura, periodo 2012”. Mediante su tesis desarrolla el comportamiento que tienen las fuentes de financiamiento tanto externas como internas, considerando la importancia de la maduración o el ciclo de vida del negocio, factor o elemento que es necesario para las evaluaciones crediticias. Esto genera que muchas operaciones para diferentes empresas, se vean truncadas por la falta de años expuestos al mercado.</p> |

|                        |   |
|------------------------|---|
| <b>Céspedes (2014)</b> | “Caracterización del financiamiento y rentabilidad en las medianas y pequeñas empresas sobre artículos de ferretería y de electricidad de la provincia Sullana en el período 2014”. Este desarrollo de investigación nos indica que en base a las fuentes externas de financiamiento obtenidas por créditos de cajas municipales y entidades bancarias, es que ha podido obtener liquidez, en situaciones adversas. La empresa según flujos desarrollados es rentable, pero hay situaciones económicas que no calzan en el día a día. |
|------------------------|---|

Fuente elaborada en base a los antecedentes nacionales y locales por la autora de la tesis

### 5.1.2 Respecto al objetivo específico 2

2. Describir las principales características del financiamiento en la empresa ferretera

“PROMADI E.I.R.L” – Piura, 2017.

| Nº | PREGUNTAS<br>CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO   | RESPUESTAS |    |
|----|---|------------|----|
|    |   | SI         | NO |
| 1  | ¿Pertenece a una Asociación o Agrupación comercial?   |            | X  |
| 2  | ¿Se encuentra empresarialmente formalizado?   | X          |    |
| 3  | A partir de su experiencia, ¿considera usted que el Sistema financiero ayuda al desarrollo comercial – empresarial? | X          |    |
| 4  | ¿En su política empresarial es habitual la conducta de tomar crédito?   | X          |    |
| 5  | ¿Ha tenido usted dificultades para operar su negocio por falta de capital de trabajo?                               | X          |    |
| 6  | ¿Ha verificado si realmente existe la necesidad de solicitar crédito para su empresa?                               | X          |    |
| 7  | ¿Conoce usted las alternativas de financiamiento que ofrece el Sistema financiero peruano?                          | X          |    |
| 8  | ¿Cuál fue el monto otorgado para financiamiento de su negocio?  |            |    |
| a) | Entre 2000 a 5000 soles   |            |    |
| b) | Entre 6000 a 10000 soles  |            |    |

|    |  |   |   |
|----|--|---|---|
| c) | Entre 11000 a 20000 soles  |   |   |
| d) | Entre 21000 a 30000 soles  |   |   |
| e) | Entre 30000 a más soles  | X |   |
| 9  | ¿Su financiamiento es interno? (autofinanciamiento)                              |   | X |
| 10 | ¿Su financiamiento es externo? (de terceros)                                     |   |   |
| a) | ¿De la Banca comercial?  | X |   |
| b) | ¿De Cajas Municipales?   | X |   |
| c) | ¿Del Sector informal? (prestamistas - usureros)                                  | X |   |
| 11 | <b>¿Conoce usted la tasa de interés que pagará por el crédito?</b>               | X |   |
| 12 | ¿Le solicitaron garantías, para poder darle un préstamo?                         |   | X |
| 13 | <b>¿Cuenta con historial crediticio positivo?</b>                                | X |   |
| 14 | ¿Se encuentra registrado en las centrales de riesgo?                             |   | X |
| 15 | <b>¿Hizo usted un plan de pago antes de adquirir el crédito?</b>                 |   | X |
| 16 | ¿Cuenta con la liquidez necesaria para afrontar el pago?                         | X |   |
| 17 | ¿Utilizó algún tipo de garantía para respaldar al financiamiento obtenido?       | X |   |
| 18 | ¿Encontró alguna limitación durante el proceso para conseguir el financiamiento? | X |   |

|    |   |           |          |
|----|---|-----------|----------|
| 19 | <b>¿A cuánto fue el periodo de devolución del préstamo?</b>                 |           |          |
| a) | Corto plazo (1 año)   |           |          |
| b) | Mediano plazo (24 a 36 meses)   | <b>X</b>  |          |
| c) | Lago plazo (60 meses)   |           |          |
| d) | Mayor a 5 años  |           |          |
| 20 | <b>¿Tiene planificado en qué utilizará el crédito?</b>                      |           |          |
| a) | Capital de Trabajo  | <b>X</b>  |          |
| b) | Gastos Operativos   |           |          |
| c) | Pago a Proveedores  |           |          |
| d) | Adquisición de Activos fijos  |           |          |
| e) | Ampliación y/o modernización de local                                       | <b>X</b>  |          |
| 21 | <b>¿Considera que el crédito fue oportuno para el logro de su objetivo?</b> | <b>X</b>  |          |
|    | <b>TOTAL</b>  | <b>19</b> | <b>5</b> |

Fuente: Elaborado por creadora del proyecto de tesis

### 5.1.3 Respecto al objetivo específico 3

1. Realizar el análisis comparativo de describir las principales características del financiamiento de las empresas del sector comercio – rubro ferretero en el Perú y ferretería Promadi E.I.R.L – Piura, 2017.

**CUADRO 3**

| <b>ELEMENTOS DE COMPARACION</b>      | <b>RESULTADOS O.E.1</b>   | <b>RESULTADOS O.E.2</b>   | <b>RESULTADOS</b>  |
|--------------------------------------|---|---|--------------------|
| <b>Fuente de Financiamiento</b>      | <b>Bayona (2012).</b> Concluyen que son los Cajas Municipales y rurales que atienden las necesidades económicas del 65% de la población comercial.  | PROMADI EIRL<br>Financia sus actividades comerciales con préstamos a bancos, cajas, aportes de terceros y prestamistas                                    | <b>No Coincide</b> |
| <b>Solicitud para financiamiento</b> | <b>Rodríguez (2014).</b> Aseguró que, para solicitar préstamos a las entidades bancarias o cajas, requieren de mucha documentación, prefieren recurrir a prestamistas, aunque la tasa de interés sea más elevada de un 10%, 15%, 20% mensual. | PROMADI EIRL financió muchos de sus nuevos productos exactamente como carburo, clavos, varillas. A un prestamista al 15% interés mensual por 20000 soles. | <b>Coincide</b>    |

|   |  |   |                           |
|---|--|---|---------------------------|
| <p><b>Instituciones Financieras</b></p> | <p><b>Diario el correo (2015).</b> Llegaron a la conclusión que las micro empresas obtienen préstamos mediante instituciones bancarias y de cajas.</p>                                   | <p>PROMADI EIRL Financia sus actividades comerciales con préstamos a las Cajas Municipales.</p> | <p><b>Coincide</b></p>    |
| <p><b>Monto de financiamiento</b></p>   | <p><b>Infante (2013).</b> Indicó que se hicieron préstamos entre los 15,000 soles y 30,000 soles. Dinero que se utilizó para innovación de nuevos productos y mejoras de la empresa.</p> | <p>PROMADI EIRL. Financió préstamo por S/. 35,000 Nuevos Soles en Caja Sullana</p>              | <p><b>No Coincide</b></p> |
| <p><b>Monto de crédito</b></p>          | <p><b>Chiroque (2013).</b> Concluyó que entre los años 2012 y 2013 los empresarios recibieron entre 10,000 y 50,000 nuevos soles.</p>  | <p>PROMADI E.I.R.L. Financió préstamo por S/. 35,000 Nuevos Soles en Caja Sullana.</p>          | <p><b>Coincide</b></p>    |

|  |  |   |                        |
|--|--|---|------------------------|
| <p><b>Destino del crédito obtenido</b></p> | <p><b>Rodríguez (2014).</b> La mayor cantidad de créditos de S/. 1,000 a S/. 45,000 se destinaron a capital de trabajo, por ser necesarios en el desarrollo del negocio que se desarrolla.</p> <p>Mientras que la mayor cantidad de créditos de más de S/. 50,000 se destinaron a la adquisición de activo fijo.</p> | <p>PROMADI E.I.R.L destinó el 80% del crédito a capital de trabajo. (Compra de insumos para el negocio). Y el 20% a mejorar el negocio e implementar muebles y enseres necesarios para su local de trabajo.</p> | <p><b>Coincide</b></p> |
|--|--|---|------------------------|

|                          |   |   |                 |
|--------------------------|---|---|-----------------|
| <b>Plazo del crédito</b> | <b>Bayona (2012).</b> Concluye que el plazo de los créditos otorgados por las entidades financieras es entre 12 meses a 36 meses.   | PROMADI E.I.R.L, financió su préstamo a 36 meses.   | <b>Coincide</b> |
| <b>Tasa de interés</b>   | <b>Velásquez (2011).</b> Indicó que la tasa de interés mensual está comprendida entre 4.5% a 17% préstamos comerciales.   | PROMADI E.I.R.L, prestó a una tasa del 8 % mensual  | <b>Coincide</b> |
| <b>Rentabilidad</b>      | <b>Revista fierros (2015).</b> Indica que la rentabilidad del negocio se debe a la estructura del financiamiento, en algunos sectores puede llegar a ser de 80% y 150% dependiendo del tipo de bien que se vende. | PROMADI EIRL obtuvo en el año 2017 una buena Rentabilidad, que superó el 120% de su capital invertido | <b>Coincide</b> |

**Fuente:** Elaboración propia, en base a las comparaciones de los resultados de los objetivos específicos 1 y 2.

## **5.2 Análisis de los Resultados**

### **5.2.1 Respecto al Objetivo específico 1**

**Describir las principales características del financiamiento de las empresas del sector comercio – rubro ferretero en Perú.**

- Para Velásquez(2011), Nos indica que como principal característica del financiamiento de las empresas ferreteras es la finalidad o la intención de solicitarlo, para ello genera la combinación de fuentes y estructuras de financiamiento tratándose así de los años de operación que tiene dicha ente, situación crediticia, tipos de endeudamiento, historial de pago, fuentes internas o externas, siendo estas de alta importancia porque permiten que sean beneficiosas para la empresa siempre y cuando tengan un uso bien empleado y conocimiento para ponerse en práctica.
- Para Benancio (2012), Las decisiones de financiamiento deben analizarse de manera óptima, bajo ciertos parámetros que el personal encargado de tomar decisiones financieras de la organización debe evaluar. Al tomar decisiones de financiamiento es fundamental crear las condiciones para ganar la confianza del Mercado Financiero, para luego buscar las opciones más convenientes para la empresa en dicho mercado financiero. Esto significa que se debe evaluar la segmentación del mercado y cual es más propicio para financiar la inversión para la cual la empresa necesita recursos.

- Infante (2013), el hacer uso de fuentes de financiamiento tanto internas como externas, si estas no son utilizadas de manera óptima puede afectar la rentabilidad de la empresa, así mismo si toda la información requerida por las entidades bancarias, no es brindada en su totalidad, no se podrá acceder a un crédito.
- Para Céspedes (2014), realizar flujos para poder verificar la situación financiera de la empresa es primordial, ya que así podrán optar por diferentes fuentes de financiamiento, que permiten que la empresa tenga liquidez que es muy necesaria para el funcionamiento de la empresa en las actividades diarias que se deben desempeñar.
- Para Rodríguez (2014), El objetivo es conocer todas las variantes que existen para obtener un financiamiento y elegir la que más se adapte a nuestras necesidades y expectativas. La medición de información permitirá que la evaluación financiera sea fidedigna y real ante las entidades bancarias, permitiendo así que el proceso de dicha evaluación de un resultado positivo.
- Diario Correo (2015), el uso de fuentes de financiamiento externo permite que el auge económico en los últimos años se derive de esas fuentes, de acuerdo a las necesidades de las empresas ferreteras es que se debe hacer uso del dinero, generando un control en cuanto a programación de pago y uso de este.

## 5.2.2 Respecto al Objetivo específico 2

### Describir las principales características del financiamiento en la empresa ferretera

**“PROMADI E.I.R.L” – Piura, 2017.**

- La investigación determinó que la Mype en estudio, financia su capital de trabajo mediante créditos bancarios y cajas municipales. El crédito recibido es de S/. 35,000.00 el cual fue devuelto en un plazo de tres años, pagando una tasa de interés del 8% mensual, que incluye interés del crédito, comisiones y otros gastos relacionados al crédito otorgado. Usualmente las tasas de interés activas de las Cajas Municipales, duplican a las tasas de los bancos, debido a que los créditos a las MYPE son créditos con bastante riesgo de recuperación.
- PROMADI E.I.R.L., con el manejo de préstamos otorgados, mantiene un historial crediticio positivo, porque asume proyección de deudas que le permite manejar un control exacto de dichos compromisos de pago según detalla. Estos financiamientos le han permitido crecer tanto económico como abastecer de nuevos productos a su empresa. Las dificultades que se presentan al inicio son inevitables por inicio de actividades, pero que el buen comportamiento financiero le ha permitido lograr metas de desarrollo.
- PROMADI E.I.R.L, trabaja créditos a plazos de 36 meses, por la cantidad solicitada es necesario que la cancelación de ese préstamo sea a ese tiempo, para que la empresa

no se vea perjudicada en los pagos a realizar, implicando afectaciones de proveedores y personal.

- El ente en estudio, indica que antes de solicitar un crédito financiero, se informó sobre los pagos que había que realizar por el monto del préstamo. Por lo tanto, hizo un plan de pagos que le permitiría poder afrontar dicha deuda, eso enmarca la importancia de la organización en una empresa sea pequeña o grande.

### **5.2.3 Respecto al Objetivo específico 3**

**Realizar el análisis comparativo de describir las principales características del financiamiento de las empresas del sector comercio – rubro ferretero en el Perú y ferretería Promadi E.I.R.L – Piura, 2017**

- La investigación determinó que las empresas ferreteras en el Perú, poseen las siguientes características de financiamiento: Realizan préstamos a largo plazo, y sobre todo las pequeñas ferreteras, que no tienen historial crediticio y que inician gracias al auge de la construcción, financian sus productos con préstamos a terceros, por no tener un historial crediticio, perjudicándolos en sus ingresos y en la venta de sus productos, ya que tendrán que competir con un precio más elevado, a diferencia de otros puestos de ferretería que tendrán un menor costo en productos. Coincide con Rodríguez (2014), quien indica que toda la documentación solicitada por entidades bancarias es excesiva para nuevos negocios.

- La empresa Promadi E.I.R.L, demuestra en la investigación que su principal característica de financiamiento, es que trabaja con préstamos a largo plazo, esto le permite que sus ingresos económicos tengan más rotación y optima programación de pagos, aunque los intereses sean elevados, pero su opción es tener un proveedor que le da descuentos especiales por tiempo de trabajo y volumen de pedido, esto compensa el valor de sus productos. Coincide con Bayona (2012), quien indica en su investigación que los créditos solicitados son a largo plazo.
- El desarrollo de la investigación nos da como conclusión que el financiamiento en este sector ferretero es de suma importancia, para poder afrontar un crecimiento equitativo, y no desacelerado. Asumiendo costos necesarios que se deben impugnar al precio de su producto final. Teniendo en cuenta que hay que considerar los aspectos más relevantes, el tipo de interés, los plazos, distribución del dinero y la capacidad de pago para solventar dicho pago. Coincidiendo con Velásquez (2011), quien prevalece las tasas de interés en su proyecto.

## **VI. CONCLUSIONES**

### **6.1 Respecto al Objetivo específico 1**

1. Las características del financiamiento para empresas ferreteras del Perú tienen una gran limitación al acceso financiero ya que es riguroso, sobre todo para entes comerciales, en especial en las entidades bancarias, ya que evalúan diversos puntos como: Deudas pendientes, altas tasas de morosidad, ingresos, egresos, etc. Todo esto para determinar la cantidad de dinero a desembolsar con seguridad de que pueda retornar.
2. Los microempresarios prefieren obtener financiamiento donde se les otorguen el dinero con mayor facilidad y con menos requisitos. El mercado micro financiero de las Cajas Municipales, mayormente simplifica las barreras crediticias para el acceso a las Mype, asegurando la devolución de los créditos a través de amortizaciones cortas, a largos plazos y elevados intereses, que incluyen la tasa de riesgo, por considerar al sector micro empresarial como un sector vulnerable a desaparecer a corto plazo, lo que significa riesgo.
3. La facilidad para un financiamiento, depende del ciclo de madurez de la empresa, que significa los años de operación que tiene dicha ente, para poder observar su comportamiento crediticio, lo que en la mayoría de ocasiones no es factible ya

que las empresas de este sector en estudio recién comienzan su negocio, y no pueden lograr tener un crédito para mejorar su negocio lo que no sucede con entes ya establecidas y que han podido haber obtenido su dinero por otros medios, y se les es más fácil obtener un crédito para mejoras económicas.

4. Analizar de manera óptima el financiamiento incide en la rentabilidad de la empresa, si la microempresa tiene los ingresos suficientes para cancelar esa obligación, le permitirá manejar sus cronogramas establecidos. También demuestra que la viabilidad que ofrecen las cajas para ofrecer créditos es menos rigurosa que la de una entidad bancaria, por lo cual genera mejor captación de clientes.

### **5.3 Respecto al Objetivo específico 2**

1. En la empresa PROMADI EIRL, usó fuente externa de financiamiento, realizando un préstamo a la Caja Sullana por 35 000.00 soles. Lo que le permite destinar un 80% para capital de trabajo y un 20% para la mejora de su local y compra de muebles y enseres de su local ubicado en Magnolias.
2. PROMADI E.I.R.L, al solicitar dicho préstamo a la caja Sullana, afronta un periodo de pago a 36 meses (3 años), con una tasa de interés del 8% anual. Tener un óptimo historial crediticio le permite que pueda trabajar con tasas preferenciales, lo que permite que el precio de sus productos no pueda ser muy elevado, perjudicando económicamente el ente.

3. PROMADI E.I.R.L, también se agencia de prestamistas, personas terceros, afrontando un 15% mensual, por el monto de 20000.00 soles. Lo que invirtió en su totalidad en nuevos productos como (Carburo argentino y nacional, varillas de construcción y clavos de construcción), ya que sus proveedores no facilitan crédito para estos productos.
4. PROMADI E.I.R.L, afronta pagos de un 80% de sus productos con letras de 30, 60,90 días. Siendo sus principales proveedores RUMI IMPORT S.A, MODEPSA S.A, PRODAC. Lo que permite tener una extensión de tiempo prudente, midiendo la capacidad de pagos que puede afrontar.
5. PROMADI E.I.R.L a través de la inversión de capitales externos (aporte de tercero de conyugue) obtiene un margen de utilidad mayor, ya que es dinero mancomunado, por lo cual no tiene que pagar altos porcentajes de interés.

#### **5.4 Respecto al Objetivo específico 3**

1. Para la ferretería PROMADI E.I.R.L, al hacer uso de financiamiento externo como préstamos bancarios, el tipo de interés bancario que paga es el 8% y a prestamistas el 15%, coincidiendo con Velásquez (2011), que indicó que la tasa de interés mensual está comprendida entre 4.5% a 17% préstamos comerciales. Verificando que la tasa de interés empleada por personas que no pertenecen al ámbito bancario, ofrecen una tasa más elevada ya que implica que su dinero no pueda ser recuperado por muchas veces no tener garantías o avales.

2. En la empresa PROMADI EIRL, obtuvo en el año 2017 una buena Rentabilidad, que superó el 120% de su capital invertido coincidiendo con Revista fierros (2015). Indica que la rentabilidad del negocio se debe a la estructura del financiamiento, en algunos sectores puede llegar a ser de 80% y 150% dependiendo del tipo de bien que se vende. En este caso la empresa PROMADI E.I.R.L, tomó el reto de ingresar nuevos productos al mercado de Piura como el Carburo nacional y argentino, que es muy usado en la mecánica.
  
3. Para PROMADI E.I.R.L, financió su préstamo de la Caja Sullana a 36 meses, coincidiendo con Bayona (2012) que concluye con el plazo de los créditos otorgados por las entidades financieras es entre 12 meses a 36 meses. Por el monto otorgado y por las cuotas a cancelar es necesario que se fraccione en ese tiempo.
  
4. La empresa PROMADI E.I.R.L Financió préstamo por S/. 35,000 Soles en Caja Sullana lo que no coincide con Infante (2013) que indicó que se hicieron préstamos entre los 15,000 soles y 30,000 soles. Dinero que se utilizó para innovación de nuevos productos y mejoras de la empresa.

## **VII. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS**

### **RECOMENDACIONES**

1. La empresa PROMADI E.I.R.L, teniendo como representante general al propietario, este debería llevar un curso o diplomados de finanzas, para que afiance sus conocimientos básicos, y a la hora de toma de decisiones financieras se tenga claro las mejores opciones que beneficien a la organización.
2. Se recomienda que la empresa PROMADI E.I.R.L, realice balances y estados financieros, aunque no le corresponda, pero por temas de control financiero y tributario estos deben realizarse, para que no perjudique a la hora de solicitar préstamos bancarios.
3. Se recomienda que la empresa PROMADI E.I.R.L, no solo trabaje con un banco y una caja, lo recomendable es verificar el porcentaje de la tasa de interés en varias entidades, antes de optar por el desembolso. Esto permitirá que pueda hacer comparativo de las tasas de interés del mercado Piurano y pueda saber cuál es la más recomendable para su negocio.
4. Se recomienda que la empresa PROMADI E.I.R.L, realice flujos de caja, para que pueda tener en cuenta la distribución del dinero, esto se realizará con el propósito de que no perjudique su historial crediticio al no contar con dinero suficiente para afrontar pagos.
5. Se recomienda que la empresa PROMADI E.I.R.L, no solo opte por financiamiento convencionales como los préstamos, si no por otros tipos de financiamiento (Factoring, leasing, etc). Permitiendo que pueda tener más acceso al mundo financiero.

## VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

**Aching (2010)**, bajo el título de su libro “Matemáticas financieras para toma de decisiones empresariales”, disponible en el link: [http://www.adizesca.com/site/assets/me-matematicas\\_financieras\\_para\\_toma\\_de\\_decisiones\\_empresariales-ca.pdf](http://www.adizesca.com/site/assets/me-matematicas_financieras_para_toma_de_decisiones_empresariales-ca.pdf).

**Areón (2009)**, bajo el título “La Hipoteca”, disponible en el link: <http://lord-folken.galeon.com/aficiones1510428.html>

**Bayona (2012)**, bajo el título: “Caracterización del financiamiento y capacitación de las MYPES del sector comercio- rubro ferreterías en la ciudad de Talara- año 2011”, disponible en: [//bayona2012talara.com.pe](http://bayona2012talara.com.pe)

**Benancio y Gonzales. (2012)**. Bajo el título: “El financiamiento bancario y su incidencia en la rentabilidad de la microempresa. Caso ferretería Santa María SAC del distrito de Huarmey, periodo 2012”, disponible en: <http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/817>

**Brealey y Myers (1993)**. Bajo la teoría: “Principios de finanzas corporativas”, disponible en: [https://www.ucursos.cl/usuario/b8c892c6139f1d5b9af125a5c6dff4a6/mi\\_blog/r/Principios\\_de\\_Finanzas\\_Corporativas\\_9Ed\\_\\_Myers.pdf](https://www.ucursos.cl/usuario/b8c892c6139f1d5b9af125a5c6dff4a6/mi_blog/r/Principios_de_Finanzas_Corporativas_9Ed__Myers.pdf)

**Céspedes (2014)**, en su tesis de investigación: “Caracterización del financiamiento y rentabilidad en las medianas y pequeñas empresas sobre artículos de ferretería y de electricidad de la provincia Sullana en el período 2014”, disponible en el link [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/734/MYPES\\_RENTABILIDAD\\_FINANCIAMIENTO\\_CESPEDES\\_MOSCOL\\_JORGE\\_EXHEDY.pdf?sequence=4](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/734/MYPES_RENTABILIDAD_FINANCIAMIENTO_CESPEDES_MOSCOL_JORGE_EXHEDY.pdf?sequence=4)

**Connoks y Johns (1995)**, en su libro “Ética”, disponible en: <https://etica1995/connoksjohns-2423>.

**Chiroque (2013)**. Bajo el título de “caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio rubro artículos de ferretería del mercado modelo de Piura, periodo 2012”, disponible en: <http://es.slideshare.net/JaimeRaulLupucheTimana/tesis-27927309>.

**Harding y Pagan (2006)**, en su libro “Ciclo de los negocios”, disponible en el link: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-63462015000200002](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-63462015000200002)

**Infante (2013)**, bajo el título: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro venta de artículos de ferretería del distrito Sullana, 2013 2014”, disponible en link: <http://infantestesis2013sullana.com.pe>

**Manzano (2009)**, en su libro titulado: “Estudios sobre la hipoteca”, disponible en el link:  
<https://www.marcialpons.es/libros/estudios-sobre-la-hipoteca/9788496782617/>

**Mantilla (2012)**, en su libro: “Estándares/Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS/NIIF)”, disponible en el link: <https://www.samantilla1.com/single-post/2018/12/13/Derogatorias-adjetivos-y-ley-de-financiamiento>.

**Modigliani-Miller (1958)**, en su teoría bajo el nombre: “Teoría de la economía financiera” disponible en: <https://www.encyclopediainanciera.com/finanzas-corporativas/teorema-de-Modigliani-Miller.htm>

**Ortega (2002)**, bajo el título: Introducción a las finanzas. McGraw Hill. México.

**Robles (2012)**, bajo el título: “La relación entre la gestión financiera y la calidad en las instituciones de educación superior”, disponible en el link:  
<https://www.redalyc.org/pdf/339/33949912008.pdf>

**Rodríguez (2014)**, bajo el título: “Caracterización del financiamiento en las mypes del sector comercio- rubro ferreterías de la i y ii etapa San Luis distrito de nuevo Chimbote, 2013”, disponible en: <http://documents.tips/documents/tesis-56ae9a46c24ee.html>

**Fierros (2015)**, bajo el título: la Gestión financiera juega un papel determinante para la sostenibilidad y la rentabilidad de los negocios ferreteros. Disponible en://fierros.com.pe

**Sarmiento y Salazar (2005)**, bajo el título “Estructura financiera de la empresas colombianas entre los años 1997 y 2004”. Disponible en: [http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/eventos/archivos/sarmientoysalazar2005\\_1.pdf](http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/eventos/archivos/sarmientoysalazar2005_1.pdf)

**Tapia (2017)**, en su libro titulado Rentabilidad, inversión y crisis. Disponible en: <https://www.paralelo36andalucia.com/resena-de-rentabilidad-inversion-y-crisis-de-jose-tapia/>

**Velásquez (2011)**, bajo el título: “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad en las mypes del sector comercio – rubro ferretería y de electricidad en el mercado ferrocarril del distrito de Chimbote, periodo 2009 – 2011”, Disponible en: <http://velasquezhonoriotesis2011.com.pe>

## Anexo 1

### FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

#### ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

#### FORMATO DE ENTREVISTA

##### Para determinar las características del financiamiento

| N° | PREGUNTAS<br>CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO   | RESPUESTAS |    |
|----|---|------------|----|
|    |   | SI         | NO |
| 1  | ¿Pertenece a una Asociación o Agrupación comercial?   |            |    |
| 2  | ¿Se encuentra empresarialmente formalizado?   |            |    |
| 3  | A partir de su experiencia, ¿considera usted que el Sistema financiero ayuda al desarrollo comercial – empresarial? |            |    |
| 4  | ¿En su política empresarial es habitual la conducta de tomar crédito?   |            |    |
| 5  | ¿Ha tenido usted dificultades para operar su negocio por falta de capital de trabajo?                               |            |    |
| 6  | ¿Ha verificado si realmente existe la necesidad de solicitar crédito para su empresa?                               |            |    |
| 7  | ¿Conoce usted las alternativas de financiamiento que ofrece el Sistema financiero peruano?                          |            |    |
| 8  | ¿Cuál fue el monto otorgado para financiamiento de su negocio?  |            |    |
| a) | Entre 2000 a 5000 soles   |            |    |

|    |  |  |  |
|----|--|--|--|
| b) | Entre 6000 a 10000 soles   |  |  |
| c) | Entre 11000 a 20000 soles  |  |  |
| d) | Entre 21000 a 30000 soles  |  |  |
| e) | Entre 30000 a más soles  |  |  |
| 9  | ¿Su financiamiento es interno? (autofinanciamiento)                              |  |  |
| 10 | ¿Su financiamiento es externo? (de terceros)                                     |  |  |
| a) | ¿De la Banca comercial?  |  |  |
| b) | ¿De Cajas Municipales?   |  |  |
| c) | ¿Del Sector informal? (prestamistas - usureros)                                  |  |  |
| 11 | <b>¿Conoce usted la tasa de interés que pagará por el crédito?</b>               |  |  |
| 12 | ¿Le solicitaron garantías, para poder darle un préstamo?                         |  |  |
| 13 | <b>¿Cuenta con historial crediticio positivo?</b>                                |  |  |
| 14 | ¿Se encuentra registrado en las centrales de riesgo?                             |  |  |
| 15 | <b>¿Hizo usted un plan de pago antes de adquirir el crédito?</b>                 |  |  |
| 16 | ¿Cuenta con la liquidez necesaria para afrontar el pago?                         |  |  |
| 17 | ¿Utilizó algún tipo de garantía para respaldar al financiamiento obtenido?       |  |  |
| 18 | ¿Encontró alguna limitación durante el proceso para conseguir el financiamiento? |  |  |

|    |   |  |  |
|----|---|--|--|
| 19 | <b>¿A cuánto fue el periodo de devolución del préstamo?</b>                 |  |  |
| a) | Corto plazo (1 año)   |  |  |
| b) | Mediano plazo (24 a 36 meses)   |  |  |
| c) | Lago plazo (60 meses)   |  |  |
| d) | Mayor a 5 años  |  |  |
| 20 | <b>¿Tiene planificado en qué utilizará el crédito?</b>                      |  |  |
| a) | Capital de Trabajo  |  |  |
| b) | Gastos Operativos   |  |  |
| c) | Pago a Proveedores  |  |  |
| d) | Adquisición de Activos fijos  |  |  |
| e) | Ampliación y/o modernización de local                                       |  |  |
| 21 | <b>¿Considera que el crédito fue oportuno para el logro de su objetivo?</b> |  |  |

Fuente: Elaborado por creadora del proyecto de tesis

## ANEXO 2

### CRONOGRAMA GANTT

#### I.- ACTIVIDADES

| ACTIVIDADES                            | Meses |     |     |
|--|-------|-----|-----|
|  | NOV   | DIC | ENE |
| Presentación del Proyecto de Tesis III | X     |     |     |
| Recolección de información             | X     | X   | X   |
| Elaboración del informe de Tesis       |       | X   | X   |
| Presentación del Informe de Tesis      |       |     | X   |

#### II.- PRESUPUESTO

##### BIENES

| Detalle         | Cantidad | Unidad<br>de Medida | Precio<br>S/.    |
|-----------------|----------|---------------------|------------------|
| Dispositivo USB | 01       | Unidad              | 25.00            |
| <b>TOTAL</b>    |          |                     | <b>S/. 25.00</b> |

##### SERVICIOS

| Detalle      | Cantidad | Unidad<br>de Medida | Precio             |         |
|--------------|----------|---------------------|--------------------|---------|
|              |          |                     | Unitario           | Total   |
| Internet     | 300      | Horas               | 1.00               | 60.00   |
| Teléfono     | 10       | Horas               | 2.00               | 20.00   |
| Movilidad    | 25       | Pasajes             | 35.00              | 875.00  |
| Taller       | 1        | Serv.               | 2100.00            | 2100.00 |
| <b>TOTAL</b> |          |                     | <b>S/. 3055.00</b> |         |

### III.- RESUMEN DEL PRESUPUESTO

| <b>RUBRO</b>     | <b>IMPORTE</b> |
|------------------|----------------|
| Bienes           | <b>25.00</b>   |
| Servicios        | <b>3055.00</b> |
| <b>TOTAL S/.</b> | <b>3080.00</b> |

### IV. FINANCIAMIENTO

Totalmente autofinanciado por el investigador