

---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**“PROPUESTA DE MEJORA DEL  
FINANCIAMIENTO Y LA RENTABILIDAD DE  
LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL  
RUBRO FERRETERIAS DEL CENTRO POBLADO  
ANDRES ARAUJO MORÁN DEL DISTRITO DE  
TUMBES, 2020”.**

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

**AUTOR**

**RAMIREZ PEÑA, INES  
ORCID: 0000-0002-2137-4728**

**ASESORA**

**MANRIQUE PLACIDO, JUANA MARIBEL  
ORCID: 0000-0002-6880-1141**

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2021**



---

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**“PROPUESTA DE MEJORA DEL FINANCIAMIENTO  
Y LA RENTABILIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS DEL RUBRO FERRETERIAS DEL  
CENTRO POBLADO ANDRES ARAUJO MORÁN DEL  
DISTRITO DE TUMBES, 2020”.**

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

**AUTOR**

**RAMIREZ PEÑA, INES**

**ORCID:0000-0002-2137-4728**

**ASESORA**

**MANRIQUE PLACIDO, JUANA MARIBEL**

**ORCID: 0000-0002-6880-1141**

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2021.**

## **1. Título de la tesis**

Propuesta de mejora del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Morán del distrito de Tumbes, 2020

## **2. Equipo de trabajo**

### **AUTOR**

Ramírez Peña, Inés

ORCID: 0000-0002-2137-4728

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
Chimbote, Perú

### **ASESORA**

Manrique Placido, Juana Maribel

ORCID: 0000-0002-6880-1141

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias  
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de  
Contabilidad, Chimbote, Perú

### **JURADO**

Espejo Chacón, Luis Fernando

ORCID: 0000-0003-3776-2490

Ortiz Gonzalez, Luis

ORCID: 0000-0002-5909-3235

Rodríguez Vigo, Mirian Noemí

ORCID: 0000-0003-0621-4336

### **3. Hoja firma del jurado y asesor**

---

Dr. Luis Fernando Espejo Chacón

**Presidente**

---

Mgtr. Luis Ortiz González

**Miembro**

---

Dra. Mirian Noemi Rodríguez Vigo

**Miembro**

---

Mgtr. Juana Maribel Manrique Placido

**Asesora**

## **4. Agradecimiento**

Primero agradecer a Dios, por su amor, fortaleza y su bendición, que me permitió cada día ser mejor persona.

A todas las personas que participaron y me guiaron e hicieron posible la culminación de la tesis de investigación, por su apoyo y enseñanza y orientación.

## **Dedicatoria**

### **Al único Dios**

Mi padre todopoderoso que todo lo puede, por guiarme y respaldarme, en todo el camino recorrido y poder llegar a este logro.

A mi hermana Danitza, por su apoyo incondicional, a mi hijo Sebastián, en especial a mi esposo Robi por su esfuerzo, exigencia, consejo y sobre todo confianza, para el logro de este sueño.

## 5. Resumen

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, “Describir las oportunidades del financiamiento y rentabilidad que mejoran significativamente las posibilidades de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, período 2020”. El enunciado del problema de investigación fue: ¿Cuáles son las oportunidades del financiamiento y la rentabilidad que mejoran significativamente las posibilidades de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del distrito de Tumbes, periodo 2020? El diseño y nivel de la investigación es aplicada - descriptiva, la muestra es de 10 MYPES, que se les aplicó una encuesta de 20 ítems, obteniendo las siguientes conclusiones: **Respecto a la variable financiamiento;** El 100% (10) de los encuestados afirman que si tienen y han tenido necesidad de financiamiento), de igual manera El 70% (07) afirman que para financiarse han recorrido a las municipales de créditos y el 30% (03) a recurrido a los bancos, Asimismo Del 100% de los encuestados, el 60.0% (6) indican que el monto solicitado del préstamo es de s/. 5 000 a S/. 8 000 soles, mientras que un 40.00% (4) mencionan que el monto solicitado es de S/. 10 000 a más. del 100% de los encuestados, el 30% (3) afirman que el plazo solicitado de su préstamo es de 12 meses, mientras que un 40%(4) mencionaron que el plazo es de 24 meses, finalmente el 30%(3) respondieron que su crédito solicitado para su negocio es de 36 meses a más. asimismo del 100% de las mypes encuestados, el 50.00% (5) afirman que el problema para la aprobación de su crédito es la tasa de interés muy alta, mientras que el 50%(5) indicaron que es el mucho papeleo. **Respecto a la variable Rentabilidad,** Asimismo Del 100 de las mypes encuestadas, el 30% (3) de los encuestados respondieron que el pago importe promedio de su cuota esta entre S/.401 y S/.500, finalmente un 70% (7) menciono que paga entre S/.501 a más. El 100% (10) encuestados, indicaron que 60% (6) tuvieron dificultad para devolver el financiamiento y 40%(4) indicaron que no tuvieron ninguna dificultad para devolver el financiamiento adquirido para su negocio. Asimismo el 100 de las mypes encuestadas, el 80% (8) de los encuestados afirmaron que el financiamiento solicitado lo invirtieron en capital de trabajo, asimismo el 10% (1) invirtió en mejoramiento del local, finalmente los encuestados mencionan que el 10%(1) en compra de activos fijos.

**Palabras claves:** Financiamiento, Rentabilidad.

## **Abstract**

The present research work had as general objective, "Describe the financing and profitability opportunities that significantly improve the possibilities of the MYPES of the hardware stores of the Andrés Araujo Moran town center of the District of Tumbes, period 2020". The statement of the research problem was: What are the financing opportunities and profitability that significantly improve the possibilities of the MYPES of the hardware stores of the Andrés Araujo Moran town center of the Tumbes district, period 2020? The design and level of the research is applied - descriptive, the sample is 10 MYPES, a survey of 20 items was applied to them, obtaining the following conclusions: Regarding the financing variable; 100% (10) of those surveyed affirm that if they have and have had a need for financing), in the same way 70% (07) affirm that to finance themselves they have gone to the municipal loans and 30% (03) have resorted to banks. Likewise, Of the 100% of those surveyed, 60.0% (6) indicate that the amount requested for the loan is s /. 5,000 to S /. 8,000 soles, while 40.00% (4) mention that the requested amount is S /. 10,000 or more. Out of 100% of those surveyed, 30% (3) affirm that the requested term of their loan is 12 months, while 40% (4) mentioned that the term is 24 months, finally 30% (3) They responded that their requested credit for their business is 36 months or more. Likewise, of 100% of the surveyed mypes, 50.00% (5) affirm that the problem for the approval of their credit is the very high interest rate, while 50% (5) indicated that it is a lot of paperwork. Regarding the Profitability variable, Also Of the 100 of the surveyed mypes, 30% (3) of the respondents answered that the average payment amount of their quota is between S / .401 and S / .500, finally 70% (7 ) I mention that it pays between S / .501 or more. 100% (10) respondents indicated that 60% (6) had difficulty in returning the financing and 40% (4) indicated that they had no difficulty in returning the financing acquired for their business. Likewise, 100 of the mypes surveyed, 80% (8) of those surveyed affirmed that the requested financing was invested in working capital, likewise 10% (1) invested in improving the premises, finally the respondents mention that 10% (1) in the purchase of fixed assets.

Keywords: Financing, Profitability.

## 6. Contenido

1. Título de la tesis.....	iii
2. Equipo de trabajo.....	iv
3. Hoja de firma del jurado y asesor.....	v
4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria.....	vi
5. Resumen y abstract.....	viii
6. Contenido.....	x
7. Índice de cuadros.....	xii
I. Introducción.....	14
II. Revisión de literatura.....	17
2.1 Antecedentes.....	17
2.1.1 Internacionales.....	17
2.1.2 Nacionales.....	19
2.1.3 Regionales.....	22
2.1.4 Locales.....	23
2.2 Bases teóricas.....	26
2.2.1 Teoría del financiamiento.....	26
2.2.3 Teoría de las MYPE.....	40
2.2.4 Teoría del comercio.....	42
2.3 Marco conceptual.....	45
2.3.1 Definición del financiamiento.....	45
2.3.2 Definición de rentabilidad.....	45
2.3.2 Definición de las MYPE.....	46
2.3.3 Definición del sector comercio.....	46
III. Hipótesis.....	47
IV. Metodología.....	47
4.1 Diseño de la investigación.....	47
4.2 Población y muestra.....	47
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	48
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	50
4.5 Plan de análisis.....	51
4.6 Matriz de consistencia.....	52

4.7 Principios éticos.....	53
V. Resultados.....	51
5.1 Resultados.....	51
5.1.1 Respecto al objetivo específico 1.....	51
5.1.2 Respecto al objetivo específico 2.....	55
5.1.3 Respecto al objetivo específico 3.....	59
5.2 Análisis de resultados.....	81
5.2.1 Respecto al objetivo específico 1.....	82
5.2.2 Respecto al objetivo específico 2.....	83
5.2.3 Respecto al objetivo específico 3.....	83
VI. Conclusiones.....	87
6.1 Respecto al objetivo específico 1.....	87
6.2 Respecto al objetivo específico 2.....	88
6.3 Respecto al objetivo específico 3.....	88
6.4 Conclusión general.....	87
Aspectos complementarios.....	89
Referencias bibliográficas.....	89
Anexos.....	93
Anexo 01: Instrumento de recolección de datos (Encuesta).....	93
Anexo 02: Evidencia de la aplicación de encuesta.....	99
Anexo 03: Propuesta de mejora y solución.....	100

## 7. Índice de tablas y gráficos

Tabla N° 01: Local de la Empresa.....	54
Tabla N° 02: Número de Trabajadores.....	55
Tabla N° 03: Remuneración del Personal.....	56
Tabla N° 04: Necesidad del Financiamiento.....	57
Tabla N° 05: Fuente de Financiamiento.....	58
Tabla N° 06: Mejoras de la empresa.....	59
Tabla N° 07: Monto del préstamo Solicitado.....	60
Tabla N° 08: Plazo del crédito.....	61
Tabla N° 09: Inconvenientes para la Aprobación del Crédito .....	62
Tabla N° 10: Tasa de Interés del Crédito (TEA).....	63
Tabla N° 11: Inversión del financiamiento.....	64
Tabla N° 12: Importe Mensual de la Cuota.....	65
Tabla N° 13: Dificultad para la Devolución del Crédito.....	66
Tabla N° 14: Incremento de las Ventas de la Empresa.....	67
Tabla N° 15: Causa de Aumento de Ventas.....	68
Tabla N° 16: Promedio Mensual de las Ventas.....	69
Tabla N° 17: Porcentaje del Costo de Ventas.....	70
Tabla N° 18: Porcentaje de la Rentabilidad.....	71
Tabla N° 19: Problemas que inciden en su rentabilidad.....	72
Tabla N° 20: Método para medir la Rentabilidad.....	73

## Índice de gráficos

Gráfico N° 01: Local de la Empresa.....	54
Gráfico N° 02: Número de Trabajadores.....	55
Gráfico N° 03: Remuneración del Personal.....	56
Gráfico N° 04: Necesidad del Financiamiento.....	57
Gráfico N° 05: Fuente de Financiamiento.....	58
Gráfico N° 06: Mejoras de la empresa.....	59
Gráfico N° 07: Monto del Préstamo Solicitado.....	60
Gráfico N° 08: Plazo del Crédito.....	61
Gráfico N° 09: Inconvenientes para aprobación del crédito.....	62
Gráfico N° 10: Tasa de Interés del Crédito-TEA.....	63
Gráfico N° 11: Inversión del Financiamiento.....	64
Gráfico N° 12: Importe Mensual de la Cuota.....	65
Gráfico N° 13: Dificultad para la Devolución del Crédito.....	66
Gráfico N° 14: Incremento Mensual de las Ventas.....	67
Gráfico N° 15: Causa de Aumento de Ventas.....	68
Gráfico N° 16: Promedio Mensual de las Ventas.....	69
Gráfico N° 17: Porcentaje del costo de Ventas.....	70
Gráfico N° 18: Porcentaje de la Rentabilidad.....	71
Gráfico N° 19: Problemas que inciden en su Rentabilidad.....	72
Gráfico N° 20: Método para medir la rentabilidad.....	73

## **I. Introducción**

El presente proyecto de investigación denominado Propuesta de mejora del financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías del centro Poblado Andrés Araujo Moran del distrito de Tumbes, 2020. Surge debido a que las Mypes requieren obtener financiamiento que les permitan contar con los recursos económicos necesarios para aumentar su crecimiento y productividad. Zavala (2016). Afirma que “las micro y pequeñas empresas surgen por falta de puestos de trabajo ya que estas personas (que generalmente han perdido su trabajo o no pueden encontrarlo) guiadas por esa necesidad tratan de ver la manera de poder generar sus propias fuentes de ingresos, ya que esta necesidad no ha podido ser satisfecha por el Estado, por las grandes empresas nacionales, tampoco por las inversiones de las grandes empresas internacionales”. Por lo anteriormente plasmado, el enunciado del problema de investigación es: ¿Cuáles son las oportunidades del financiamiento y la rentabilidad que mejoran significativamente las posibilidades de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del distrito de Tumbes, periodo 2020? Para dar respuesta al problema, se ha planteado el siguiente objetivo general:

“Describir las oportunidades del financiamiento y rentabilidad que mejoran significativamente las posibilidades de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, período 2020”.

La metodología utilizada fue de nivel de investigación descriptiva y de tipo Aplicada, el diseño que se realizó fue aplicativo, teniendo una muestra de 10 MYPES, a quienes se les aplicó una encuesta de 23 preguntas planteadas y con la intención de conocer más información mediante el diálogo mantenido con los representantes legales o dueños de las MYPES en estudio, en el que la información fue útil para el desarrollo de nuestra investigación, para medir las variables en estudio.

Por lo anteriormente plasmado, el enunciado del problema de investigación es:

**¿Cuáles son las oportunidades del financiamiento y la rentabilidad que mejoran significativamente las posibilidades de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del distrito de Tumbes, periodo 2020?**

Para dar respuesta al enunciado del problema, planteé el siguiente objetivo general:

“Describir las oportunidades del financiamiento y rentabilidad que mejoran significativamente las posibilidades de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, período 2020”.

Para poder lograr el objetivo general, he planteado los siguientes objetivos específicos :

1. Determinar las oportunidades de fuentes del financiamiento que mejoran la rentabilidad de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del distrito de Tumbes, período 2020.
2. Identificar las oportunidades de los tipos del financiamiento que mejoran la rentabilidad de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, periodo 2020.
3. Establecer la relación que existe entre el financiamiento y la rentabilidad que mejoran significativamente las posibilidades de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, periodo 2020.

El presente proyecto de investigación se justifica porque permitió conocer las oportunidades del financiamiento y rentabilidad que mejoran significativamente las posibilidades de las Mypes del rubro ferreterías del Centro Poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, periodo 2020 y de esta manera poder tomar mejores decisiones al momento de elegir una oportunidad para adquirir los recursos económicos.

Finalmente porque se elaborara la propuesta de solución al problema planteado servirá como solución a las mypes estudiadas y a otras que tengan el mismo problema.

Se concluye que el financiamiento influye de manera directa en la rentabilidad de las empresa.

## II. Revisión de literatura

### 2.1 Antecedentes

#### 2.1.1 Internacionales

En esta investigación se entiende por antecedentes internacionales a todos los trabajos de investigación realizados por algún investigador en cualquier ciudad del mundo, excepto el Perú, sobre temas relacionados con la variable del estudio.

“Proaño (2014). En su trabajo de titulación de Grado mencionada “Comercialización y Rentabilidad De Ferreterías en Materiales para la Construcción: Hierro, Cemento, Zinc y Su Relación con la Economía del Cantón la Maná Provincia De Cotopaxi Año 2011, ejecutado en la Ciudad de Mana – Ecuador”. Su objetivo general es Determinar la comercialización y rentabilidad del hierro, zinc, cemento en las ferreterías y su relación con la economía del Cantón la Maná año 2011. La investigación se fundamentó en el diseño no experimental para hacer una propuesta en base de datos reales obtenidos, que estuvo orientados en obtener 59 recomendaciones y conclusiones para el excelente mejoramiento de la economía de las ferreterías los materiales para la construcción del Cantón La Maná. donde al aplicar la encuesta interpreta la rentabilidad en el gráfico N°07; especifica que los propietarios de las tres ferreterías que encontró en según su investigación representa al 100%, los empresarios no aciertan una buena rentabilidad en sus empresas, donde ellos necesitan que se cree un buen estudio de su rentabilidad. Así mismo determina la conclusión que los dueños como los clientes se ha podido apreciar que cuentan con el desconocimiento de comercialización y rentabilidad, por lo que le permitió la realización de la tesis y a través de eso pudo fijar las ventajas y decadencias para poder mejorar el proceso de ventas y por ende mejorar la utilidad; y así mismo detalla la realidad económica y financiera de cada una de las empresas en su estudio durante su actividad en sus años de trayectoria en el Cantón también ha obtenido los resultados de índices financieros donde pudo alcanzar sus objetivos midiendo

su tasa interna de retorno y su valor actual neto dentro de flujo de caja proyectado para 5 años así también como el costo de ventas de los materiales en estudio.”

Carrasco (2015). En el trabajo de Graduación precedente para obtener el Título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría; 10 denominada “El Control de Inventarios y la Rentabilidad de la Ferretería Ferro Metal el Ingeniero, localizada Ambato-Ecuador”; donde plantea unas de sus criterios a través de preguntas una de ellas menciona ¿Al aplicar un adecuado control de inventarios, a través del COSO II, el mismo ayudará a reconocer los procesos que requieren cambios, frente a la rentabilidad de la Ferretería FERRO METAL EL INGENIERO?. Su objetivo general es analizar el sistema de control de inventarios para mejorar la rentabilidad de la Ferretería Ferro Metal El Ingeniero de la Ciudad del Puyo. La investigación cuantitativa es seria y elegante; los datos cuantitativos permiten hacer tablas y gráficas que ilustran adecuadamente un fenómeno. Al aplicar su encuesta de la pregunta número 5 de la tabla N° 10, obtiene su interpretación que la empresas no cuentan con la información efectiva y pertinente relativa a la rentabilidad obtenida, por ello la empresa deberá desarrollar un balance de los estados financieros de años anteriores y así determinar si la rentabilidad que adquieren les accede la recuperación del capital invertido por los dueños o empresarios. Llego a la conclusión de su trabajo En la empresa Ferrometal “El Ingeniero”, no se ha aplicado un adecuado control de inventarios, afectando a la determinación de procedimientos bajo normativas contables, las existencias se valoran incorrectamente. También no se ha efectuado análisis de la rentabilidad obtenida en el último periodo, esto ha impedido determinar los beneficios alcanzados en función de las utilidades. Por lo que en la empresa Ferrometal “El ingeniero”, al momento de emitir la información financiera, no se ha determinado los beneficios netos después de impuestos y los beneficios brutos del total de los ingresos percibidos en el ejercicio económico 2013-2014.

Mener (2017) en su tesis de grado titulada: *La banca privada como medio de financiamiento para las pymes de El Alto 2004 al 2014*, realizado en La Paz – Bolivia. Cuyo objetivo general fue: Analizar las variables que limitan el financiamiento de la banca privada a las PyMEs del Municipio de El Alto. La metodología de investigación empleo el método deductivo, el tipo de investigación utilizado es del enfoque cuantitativo que es secuencial y probatorio, siendo el alcance de la investigación del tipo descriptivo –correlacional. El autor llego a la conclusión que los problemas de financiamiento son: Alta mortalidad inherente a las PyMEs, insuficiente información confiable sobre las empresas, alta tasa de interés activa, información asimétrica y selección adversa y oligopolios en el mercado bancario.

López & Farías (2018) en sus tesis denominado “Análisis de alternativas de financiamiento para las Pymes del sector Comercial e Industrial de Guayaquil”. Tuvo como objetivo general: Establecer referencias que permitan conocer otras formas de financiamiento, no tradicionales, a las pequeñas y medianas empresas del sector industrial y comercial de Guayaquil. La metodología es descriptiva y explicativa, asimismo llego a las Conclusiones de su investigaciones, que hoy en día y en general, precios accesibles es lo que buscan todas las unidades económicas, ya sea desde contratar un guardia de seguridad hasta contratar una empresa auditora pero siempre comparando precios y tomando la decisión de ahorrar con un producto o servicio rentable, y así ser eficientes en el manejo de sus recursos financieros.

### **2.1.2. Nacionales**

Palacios, (2018); en su Tesis titulada “Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas ferreteras en el Perú.” (Morropón), su objetivo general es determinar y describir las principales características del financiamiento de las micro y pequeñas empresas ferreteras en el Perú y de la ferretería Kaisdomo del distrito de Morropón, 2018. La metodología de la investigación fue de diseño no experimental, descriptivo, bibliográfico,

documental y de caso. Utilizó la técnica de la encuesta, entrevista y observación directa. Para el recojo de información hizo uso de un instrumento de recolección de datos a manera de cuestionario pre estructurado con 34 preguntas dirigidas a dar respuesta a los objetivos específicos planteados, el cual fue aplicado al propietario de la empresa en estudio, para la obtención de los siguientes conclusiones que la ferretería en estudio financia sus actividades comerciales a través de créditos en Bancos Financieros, con historial positivo, invirtiendo su capital en mercaderías para poder satisfacer el mercado local. En el Perú, las fuentes de financiamiento presentan una gran variedad a las que puede acceder las Mype para financiar su capital de trabajo y sus actividades comerciales.”

Coz, (2019); en su investigación denominada “Financiamiento y capacitación factores que inciden en el crecimiento y calidad de las empresas ferreteras en el distrito de Ayacucho, 2019” quien menciona que la investigación tuvo como objetivo general: Demostrar que el financiamiento, la calidad y el mejoramiento continuo son factores que inciden en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas en el sector de ferreterías en el distrito de Ayacucho. La metodología de investigación utilizada en la investigación fue de carácter cualitativo, descriptivo, bibliográfico y documental. Se obtuvo el siguiente resultado: El 93% de los encuestados consideran que el financiamiento inciden en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el ámbito del distrito de Ayacucho. El 67% de los encuestados consideran que la calidad es un factor que incide en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el ámbito del distrito de Ayacucho. El 80% de los encuestados afirman que el mejoramiento continuo es un factor que incide en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el ámbito del distrito de Ayacucho. Finalmente, se concluye que la mayoría de las microempresas necesitan de financiamiento para su rentabilidad, calidad y mejoramiento en las empresas ferreteras.

Osorez, (2017) con su tesis “Financiamiento y las decisiones gerenciales que inciden para la gestión eficiente de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el distrito de Huancayo, 2017” quien menciona que la investigación tuvo como objetivo general: Determinar que el financiamiento y las decisiones gerenciales inciden en la gestión eficiente de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el distrito de Huancayo, 2016. La modalidad utilizada en la investigación es cualitativo, descriptivo, bibliográfico y documental de caso, mediante la recolección de información de fuentes como: textos, tesis, trabajos, artículos, etc. El tema de investigación tiene como conclusiones lo siguiente: De acuerdo al cuadro y gráfico 1, el 93% de los encuestados consideran que el financiamiento eficiente incide en la gestión de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el distrito de Huancayo. De acuerdo al cuadro y gráfico 2, el 97% de los encuestados consideran que las decisiones gerenciales adecuadas inciden para una gestión eficiente de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el distrito de Huancayo. De acuerdo al cuadro y gráfico 3, el 97% de los encuestados consideran que la implementación adecuada de control interno en las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el distrito de Huancayo, son de vital importancia.

Aquino, (2016); con su tesis denominada “El financiamiento, la gestión empresarial eficiente y el impacto en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el distrito de Huancayo, 2016” quien menciona el siguiente objetivo general: Determinar que el financiamiento y la gestión empresarial eficiente influyen para el impacto del desarrollo de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el distrito de Huancayo, 2016. La modalidad utilizada en la investigación es cualitativo, descriptivo, bibliográfico y documental de caso, mediante la recolección de información de fuentes como: textos, tesis, trabajos, artículos, etc. El tema de investigación tiene como conclusiones que el financiamiento eficiente influye en el impacto del desarrollo de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el distrito de Huancayo y que la gestión empresarial eficiente influye en el impacto del desarrollo de las

pequeñas y medianas empresas ferreteras en el distrito de Huancayo. Siendo necesario la implementación de los mecanismos de control previo para la eficiente gestión de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el distrito de Huancayo.”

Rojas (2018); en su tesis para obtener el título profesional de contador público llamada “El financiamiento, la innovación y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas ferreteras del distrito de Ayacucho, 2017” donde menciona que el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: Determinar y describir la influencia del financiamiento y la innovación en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas ferreteras de Ayacucho, 2017. La metodología fue de carácter cuantitativo, descriptivo, bibliográfico, documental, que permitió identificar la relación causal de las variables, mediante la aplicación de cuestionario pertinente de 30 preguntas aplicadas a los gerentes de las empresas del caso de estudio; encontrando los siguientes conclusiones: Respecto al objetivo específico 1 se determinó que el sistema de financiamiento que otorga las entidades financieras en Ayacucho a las empresas ferreteras incide en la rentabilidad ya que permite implementar los activos que requiere e incrementar sus utilidades; respecto al objetivo específico 2: se determinó que el sistema de innovación que otorga las entidades financieras en Ayacucho a las empresas ferreteras incide en la rentabilidad ya que permite mejorar la organización, superará las expectativas de los clientes, con la finalidad de incrementar su competitividad y rentabilidad. Finalmente, se concluye que tanto el resultado del objetivo específico 1 y el resultado del objetivo específico 2, coinciden que el sistema de financiamiento y la innovación que otorga las entidades financieras de Ayacucho a las empresas ferreteras inciden en la rentabilidad, porque permite generar la rentabilidad y la estabilidad en el mercado competitivo.

### **2.1.3. Regionales**

Yacila, (2018); con su tesis “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso ferretería “la económica

Zarumilla” E.I.R.L de la provincia de Zarumilla, 2017”, quien tuvo como objetivo general: describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio de la provincia de zarumilla: caso Ferretería la económica Zarumilla E.I.R.L., 2017. La investigación fue cualitativa-descriptiva, para el recojo de la información se coordina con el propietario de la micro y pequeña empresa. Obteniendo los siguientes resultados: Respecto al financiamiento: el financiamiento que obtuvo fue a través de las cajas de ahorro y crédito, a corto y largo plazo invirtieron sus créditos en capital de trabajo. Respecto a la rentabilidad: El propietario encuestado manifiesta que el financiamiento si mejoro la rentabilidad de su empresa, asimismo manifiesta que la rentabilidad de su empresa si ha mejorado en los dos últimos años. De los resultados obtenidos se concluye que la participación del financiamiento en las micro y pequeña empresa caso ferretería la económica zarumilla E.I.R.L.2017. Participa mejorando la capacidad e utilidad de los recursos económicos permitiendo obtener liquidez para continuar sus actividades.

#### **2.1.4. Locales**

Chapilliquen, (2017); con su tesis “Características del impuesto a la renta y su influencia en la liquidez de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro Ferreterías del distrito de Tumbes, 2015.”. Quien tuvo como objetivo general: Determinar y describir las principales características del impuesto a la renta y su influencia en la liquidez de las Micro y pequeñas empresas del sector comercio en el Rubro Ferreterías del distrito de Tumbes 2015. El diseño de la investigación fue no experimental, correlacional - cuantitativo. La información se recabó de una muestra de 30 MYPE, a quienes se les aplicó un cuestionario de 24 preguntas cerradas utilizando la técnica de la encuesta; obteniéndose los siguientes conclusiones: El 67% de las MYPE encuestadas vienen funcionando de 10 a más años en el sector comercio; el 93% de las empresas encuestadas indican Su empresa cuenta con RUC; 77% de las empresas encuestadas sí conocen lo que es el impuesto a la renta y. Así mismo,

para el 70% el pago del impuesto a la renta ha reduce la liquidez de sus empresas y el 77% tienen problemas con el capital de trabajo después que pagan el impuesto a la renta de tercera categoría. Finalmente, se ha comprobado que existe relación significativa entre el pago del impuesto a la renta por parte de las MYPE encuestadas y la liquidez de las mismas.”

Llacsahuache, (2017); en su tesis “Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las mypes en el Perú: caso ferretería “Varsapi s.r.l”. Tumbes - 2016.”. La investigación tuvo como objetivo general, determinar y describir de qué manera se Caracteriza el Financiamiento y Rentabilidad de las Mypes en el Perú: Caso Ferretería “VARSAPI S.R.L”. La metodología de la investigación fue descriptivo, con un enfoque cualitativo, no experimental, el método de investigación aplicado fue la revisión bibliográfica, documental, de caso, y a través de la aplicación de un cuestionario de preguntas y entrevista al representante de la empresa. Encontrando los siguientes conclusiones: La Mype estudiada tiene local propio, se dedicada hace 09 años a la venta de productos de ferretería, construcción, pinturas, entre otros, mantiene 05 trabajadores en planilla; La edad del representante oscila entre 41-50 años, su grado de Instrucción es superior universitaria, financiamiento lo realizó a través de créditos de capital de trabajo con proveedores como Cementos Pacasmayo, Hierros Perú, Hatunsol, entre otros, el monto total que solicitó oscila entre S/10 000 y menor a S/ 30 000 soles, solicitándolo a un plazo de 01 a 05 meses, con la tasas menores al 10% anual, por ser reconocida entre sus proveedores como cliente puntual; incrementó su ventas por la variedad de productos que adquiridos y por el buen servicio al cliente que brindó, capacitando a sus trabajadores en el manejo y uso de los productos tanto tradicionales como nuevos ofrecidos en su empresa, existiendo un incremento de sus rentabilidad entre 10% y 20%, lo cual se vio reflejado al calcular de sus ingresos contra sus gastos, obteniendo mayor utilidad a diferencia de años anteriores.”

Avalos, (2018): en su Tesis Para Optar El Título Profesional De Licenciado En Administración denominada “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las mypes del sector Comercio rubro ferreterías en el centro de Tumbes, 2018.”, Tuvo como objetivo general: Determinar la caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPES, sector comercio rubro ferreterías en el centro de Tumbes, 2018, Utilizando como metodología el tipo de investigación descriptivo, nivel cuantitativo y diseño no experimental, y mediante la utilización de la encuesta y cuestionario como instrumentos de recolección de datos para una población de 68 clientes de las MyPes dedicadas al rubro ferreterías, se concluyó que los precios competitivos la empresa ofrece precios superiores a la competencia, debido a que la empresa ofrece precios altos para crear conciencia en el cliente de que los productos son de mejor calidad y además la empresa aplica márgenes de ganancia considerables para la venta de sus productos.

Espinosa (2018) El presente trabajo de investigación tiene por título, “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las mypes del sector comercio rubro ferreterías del Distrito de Tumbes, año 2017”. Quien tuvo como objetivo general Determinar características del Financiamiento y la Rentabilidad de las Mypes del Sector Comercio - Rubro Ferretería del Distrito de Tumbes, año 2017. La metodología de investigación utilizada es de nivel descriptivo, con diseño no experimental, dentro de las principales conclusiones se pudo identificar que las Mypes supera su falta de liquides aplicando estrategias de reinversión de utilidades y venta de activos, en cuanto al crecimiento y expansión estos acceden a las fuentes de financiamiento internas y externas, así también tenemos que el disminuir sus gastos generales e introducir nuevos productos al mercado pero sin excederse en los stocks.”

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Teoría del financiamiento**

Desde el aspecto teórico, el financiamiento de los micros y pequeñas empresas ha tenido múltiples teorías. “Actualmente el financiamiento se centra en que el triunfo depende bastante de la generación del rendimiento favorable de sus activos, sin tomar en cuenta de donde provengan sus recursos financieros. Es ahí donde entra a resaltar el financiamiento, lo cual podemos definir como la manera en la que una entidad puede recurrir a recursos monetarios suficientes para llevar a cabo las metas de crecimiento económico que tienen a futuro”. (Rosales, 2019, p. 20).

Las empresas requieren de recursos financieros para el normal desempeño de sus actividades y/o llevar a cabo proyectos que le permitan alcanzar diversos objetivos como pueden ser los de aumentar la producción, construir o adquirir nuevas plantas, o aprovechar alguna oportunidad que presente el mercado. Sin embargo, la falta de liquidez las deriva a la búsqueda de fuentes de financiamiento que les provea de estos recursos y que implican una serie de decisiones puesto que ello tiene un impacto en el progreso y desarrollo de la organización. Existen diversas formas de financiamiento como alternativas para estas unidades productivas, las cuales serán utilizadas de acuerdo a las necesidades que se tengan. (Ccaccya, 2015)

#### **2.2.1.1 Fuentes del financiamiento**

Existen dos fuentes de financiamiento:

##### **Financiamiento interno**

También conocidos como autofinanciación es aquel que proviene de los recursos propios de la empresa, como: aportaciones de los socios o propietarios, la creación de reservas de pasivo y de capital, es decir, retención de utilidades, la diferencia en tiempo entre la recepción de materiales y mercancías compradas y la fecha

de pago de las mismas.

Entre ellas se consideran las siguientes

**a) Recuperación de las Cuentas por Cobrar.** Se refiere a los comprobantes de pago pendientes por cobrar (facturas, boletas, etc.) que van a servir como fuente de financiamiento para alguna necesidad en específico por cubrir que tenga la micro y pequeña empresa.

**b) Realización de los inventarios.** Se considera una forma de financiamiento la realización de los inventarios en alguna ocasión específica para respaldar ciertas necesidades que tengan las micro y pequeñas empresas.

**c) Venta de activos fijos.** Es considerado también una forma de financiar alguna necesidad que tenga la microempresa.

**d) Capitalización de utilidades, o beneficios no distribuidos de la empresa.** Cuando la microempresa obtiene utilidades y no son repartidas con el personal o socios son añadidas al capital, ampliándolo y por lo tanto generando una forma de cubrir requerimientos. (Trenza, 2018)

#### **Financiamiento externo (o de terceros)**

Es aquel que no ha sido generado por la propia actividad de la empresa y se genera cuando no es posible seguir trabajando con recursos propios, es decir cuando los fondos generados por las operaciones normales más las aportaciones de los propietarios de la empresa, son insuficientes para hacer frente a desembolsos exigidos para mantener el curso normal de la empresa y es necesario recurrir a terceros. (Trenza, 2018)

Entre éstas podemos mencionar las siguientes:

**a) Proveedores.** Por medio de los créditos comerciales generando así tener un capital de trabajo para poder realizar sus actividades firmando un documento que deje constancia del crédito que se está realizando (letra, pagaré, factura, etc.).

**b) Entidades financieras bancarias.** Ésta es la opción que comúnmente los microempresarios recurren primero al verse en la necesidad de financiamiento, la cual resulta ejecutarse siempre y cuando se cumpla con todos los requisitos que solicita.

**c) Empresas de capital de inversión.** En ocasiones se puede optar por ésta, la que aportarán el financiamiento que las micro y pequeñas empresas necesiten a cambio de acciones o interés parcial en el negocio.

**d) Cajas municipales de ahorro y créditos.** Las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) son pieza fundamental en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas ya que son las entidades que son muy similares a los bancos, sin embargo, exigen menos que ellos, lo que hace más accesible a los micro y pequeños empresarios poder obtener su financiamiento y a su vez impulsar el avance de la economía peruana. Estas entidades financieras lograron un crecimiento de colocaciones de 15.02% durante el 2017.

**e) Entidades de desarrollo para la pequeña y microempresa (EDPYMES).** Son las que tienen por objeto brindar el financiamiento que necesiten personas naturales o jurídicas que se encuentran desempeñando actividades calificadas como micro y pequeña empresa. “Estas surgieron con el motivo de promover la conversión de las ONG en entidades reguladas”

**f) COFIDE.** La corporación Financiera de Desarrollo, en el Perú, viene a ser la única especializada como banco de segundo piso que se creó en 1971, para el apoyo financiero directo de las micro y pequeñas empresas obteniendo recursos de organismos multilaterales y de la banca comercial internacional, para luego canalizarlos a través de las instituciones del Sistema Financiero Nacional.

**g) Préstamos por amigos o familiares.** Suelen haber ocasiones en las cuales el micro y pequeño empresario se ve en la necesidad de financiamiento y recurre a

personas cercanas, lo cual a veces termina siendo más beneficioso ya que se obtienen los recursos a una tasa de interés baja, o muchas veces sin ella. (Guimoye, 2016)

### **2.2.1.2 Plazos del financiamiento**

Los financieros y contadores, utilizan el concepto de corto plazo y largo para mostrar en los estados financieros las deudas que tiene la empresa en función del plazo en que deben pagarse.

#### **El financiamiento a corto plazo**

Se consigue fácil y rápidamente, no cobran tasas de interés muy altas y el trámite no conlleva muchos requisitos, y en muchos casos ni siquiera se pide garantía. Una deuda de corto plazo, es la que debe pagarse dentro de los próximos doce meses.

Los tipos de financiamientos a corto plazo son:

**Crédito comercial.** Incluye el financiamiento de proveedores, impuestos diferidos y financiamiento de inventario.

**Crédito bancario.** Las condiciones que establecen los bancos son flexibles y se otorgan rápidamente, permitiendo cubrir faltantes de capital para actividades operativas.

**Pagarés.** Cuando el préstamo lo hace un particular a cambio de la devolución del dinero, más el interés pactado, en una fecha determinada.

**Línea de crédito.** Son montos de dinero que el banco pone a disposición del cliente corporativo para que los utilicen en el momento que lo requieran dentro del límite otorgado.

**Papeles comerciales.** Son una especie de pagarés no garantizados emitidos por las empresas y en poder de bancos y fondos de pensiones.

**Financiamiento con base a inventarios.** La garantía son los inventarios de la empresa, por lo que, en caso de incumplimiento de pago, estos tendrían que entregarse al acreedor.

### **El financiamiento a largo plazo**

No es tan fácil poder conseguirlo y el trámite conlleva ciertos requisitos, y en la mayoría de casos se pide garantía. Una deuda a largo plazo, es la que tiene un vencimiento a más de un año.

Los tipos de financiamientos a largo plazo incluyen:

**Préstamo hipotecario.** Cuando la garantía la constituye una propiedad de la empresa, la cual cambiaría de dueño si la deuda no se pagara según lo convenido.

**Emisión de acciones.** Es una forma en que las empresas se consiguen capital de trabajo o para sus planes de crecimiento en los mercados, a cambio de otorgar a los inversionistas una parte de la propiedad de sus activos.

**Bonos.** También se maneja a través de los mercados de dinero, pero, a diferencia de las acciones, no otorgan al tenedor ninguna propiedad sobre la empresa. Más bien es una especie de préstamo que hacen los inversionistas a cambio de la tasa de interés acordada en un plazo definido.

**Arrendamiento financiero.** Es cuando en lugar de comprar un activo, por ejemplo, una maquinaria se arrienda para utilizarla en los procesos productivos de la empresa. (Bancobase, 2018)

#### **2.2.1.3 Costos del financiamiento**

Son las tasas de interés del préstamo o de descuento que exigen los inversionistas.

#### **Clasificación de los tipos de interés**

**a) Según su fuente (origen de su creación).**

Los intereses pueden ser convencionales o legales. El interés convencional surge de la voluntad de las partes, pudiendo provenir de un contrato o convención. El interés legal, por su parte, es el consagrado por la ley, nace por imperio de ésta y sin la voluntad de las partes.

**b) Según la función económica que desempeñen.**

Los intereses pueden ser compensatorios o moratorios. Esto significa que hay que distinguir en una línea temporal dos momentos: desde que se contrae la obligación hasta que el deudor es constituido en mora (interés compensatorio), y a partir de ese momento hasta que se produce el pago (interés moratorio)

**c) Según se calculen en forma directa o capitalizada.**

Interés simple. Es el interés generado en forma directamente proporcional al capital, tiempo y tasa. Se calcula de esta manera desde el inicio hasta el final del plazo de la operación.

Interés compuesto. En este caso se da una capitalización periódica de los intereses, los cuales van a formar parte del capital, sumándose a él, y sobre este nuevo capital se devengan futuros intereses. Se trabaja a interés compuesto cuando los intereses producidos al cabo de un período se capitalizan y a su vez siguen produciendo intereses hasta el final del plazo.

**Tasa de interés**

Es la cantidad que se abona en una unidad de tiempo por cada unidad de capital invertido. También puede decirse que es el interés de una unidad de moneda en una unidad de tiempo o el rendimiento de la unidad de capital en la unidad de tiempo. En la banca se trabaja con tasas de interés distintas:

**Tasa de interés activa:** Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran

por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca.

**Tasa de interés pasiva:** Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen.

**Tasa de interés preferencial:** Es un porcentaje inferior al normal o general (que puede ser incluso inferior al costo de fondeo establecido de acuerdo a las políticas del Gobierno) que se cobra a los préstamos destinados a actividades específicas que se desea promover ya sea por el gobierno o una institución financiera. Por ejemplo: crédito regional selectivo, crédito a pequeños comerciantes, crédito a ejidatarios, crédito a nuevos clientes, crédito a miembros de alguna sociedad o asociación, etc.

### **Tipos de interés nominales y reales**

Los tipos de interés se modulan en función de la tasa de inflación. El tipo de interés real es la rentabilidad nominal o tasa de interés nominal de un activo descontando la pérdida de valor del dinero a causa de la inflación. Su valor aproximado puede obtenerse restando la tasa de inflación al tipo de interés nominal. Por lo tanto, el tipo de interés nominal, que es el que aparece habitualmente como cantidad de interés en los créditos, incluiría tanto el tipo de interés real como la tasa de inflación. Cuando el tipo de interés nominal es igual a la tasa de inflación, el prestamista no obtiene ni beneficio ni pérdida, y el valor devuelto en el futuro es igual al valor del dinero en el presente. (Knut W, 1998)

#### **2.2.1.4 Requisitos del financiamiento**

Normalmente para obtener un crédito financiero se tiene que cumplir con ciertos requisitos como son:

- Negocio con 6 meses de funcionamiento como mínimo.

- No tener deudas morosas en el sistema financiero.
- Fotocopia de DNI del representante legal.
- Ficha RUC
- Recibo de servicios (luz o agua)
- Acta de constitución de la empresa.
- Vigencia de poderes actualizada
- Declaración de renta anual y 3 últimos PDT.
- Documentos de propiedad del inmueble que será otorgado en garantía de ser el caso. (Mi banco, 2020)

### **2.2.2 Teoría de la rentabilidad**

La rentabilidad es la utilidad percibida de la inversión realizada por la empresa, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados” (Zamora, 2011).

Campos (2019) describe que “La rentabilidad económica es la relación entre el beneficio antes de intereses e impuestos (beneficio bruto) y el activo total” (p.39).

#### **2.2.2.1 Tipos de rentabilidad**

Existen dos tipos de rentabilidad.

##### **a) Rentabilidad financiera**

La rentabilidad financiera o los fondos propios es donde se verifican los beneficios

obtenidos por la inversión de los recursos propios, nos muestra los beneficios obtenidos para los accionistas los que son los proveedores del capital aportado y que son considerados como ingresos fijos, “la rentabilidad financiera, es el vínculo entre el rendimiento neto (con los intereses y los impuestos ya descontados) y los recursos propios (capital y reservas), se le conoce también por las siglas ROE”, (Campos, 2019).

La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios. Además, una rentabilidad financiera insuficiente supone una limitación por dos vías en el acceso a nuevos fondos propios. Primero, porque ese bajo nivel de rentabilidad financiera es indicativo de los fondos generados internamente por la empresa; y segundo, porque puede restringir la financiación externa.

$$RF = \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Fondos Propios}} \times 100$$

#### **b). Rentabilidad económica**

Es una medida que se refiere a un determinado periodo de tiempo, en cuanto al rendimiento de los activos de una compañía con independencia de la financiación de los mismos, en lo que se refiere al indicador de rentabilidad económica suele considerarse como concepto de resultado el resultado antes de intereses e impuestos, y como concepto de inversión el activo total a su estado medio, (Campos 2019).

Se refiere a que la rentabilidad económica se establece en base al indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el

comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos.

RE = Resultados antes de intereses e impuesto

Activo total a su estado medio.

### 2.2.2.2 Medición de la rentabilidad en una Mype

Hay diversas metodologías para determinar la rentabilidad de un negocio. El poder aplicar correctamente nos permitirá conocer si el esfuerzo como empresario está dando frutos.

La rentabilidad es un concepto aparentemente simple: en principio, bastaría con comparar los ingresos y los egresos de una empresa. Si la resta arroja un resultado positivo, entonces el negocio genera ganancias, y por lo tanto es rentable. Si por el contrario, el resultado es negativo, la operación está generando pérdidas; es decir, no es rentable. Este principio general es válido, determinar la rentabilidad de un negocio es un poco más complejo. Primero, para que el cálculo de la rentabilidad sea preciso es necesario medir con precisión los egresos de la empresa. Por ejemplo, un error común en los empresarios que están en una fase inicial es no considerar un salario para el fundador o dueño. No considerar esto resulta en una sobreestimación de la rentabilidad del negocio.

Existen diversas formas de medir la rentabilidad de un negocio de manera más precisa. Estas mediciones se obtienen a través de la comparación de las utilidades o beneficios de la empresa versus la inversión o los recursos que ha empleado para generarlos. Los principales ratios o índices para medir la rentabilidad son los siguientes:

✓ **El índice de retorno sobre patrimonio (ROE)**, permite evaluar la eficiencia con la que una empresa utiliza el capital que se ha invertido en ella para generar utilidades. Se

calcula con la siguiente fórmula:

$$\text{ROE} = (\text{Utilidad neta} / \text{patrimonio}) \times 100$$

El índice de retorno sobre patrimonio (ROE = Return on Equity) mide rentabilidad financiera de una empresa con respecto al patrimonio que posee. El ROE nos da una idea de la capacidad de una empresa para generar utilidades con el uso del capital invertido en ella y el dinero que ha generado. Se determina mediante la relación entre la utilidad neta, después de impuestos y el patrimonio promedio.

✓ **El índice de retorno sobre los activos** (también conocido ROA, por sus siglas en inglés), se obtiene a través de la siguiente fórmula:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad}}{\text{Total de activos}}$$

Gitman (2012) explica que es denominado frecuentemente como retorno de la inversión (ROI), se encarga de medir la eficacia general de la administración de la manera en como genera beneficios con respecto a sus activos disponibles. Cuanto más elevado sea el ROA es más rentable en una empresa, pues es produce mayores utilidades utilizando los mismos recursos, se calcula de la manera siguiente:

El índice de retorno sobre activos (ROA = Return on Assets) mide la rentabilidad de una empresa con respecto a los activos que posee. El ROA nos da una idea de cuán eficiente es una empresa en el uso de sus activos para generar utilidades.

Elaborar estos índices y compararlos en el tiempo nos permitirá saber el verdadero nivel de rentabilidad de tu empresa, determinar con el nivel de eficiencia con que está operando y hacer los ajustes que sean necesarios.

✓ **Rentabilidad sobre ventas**

La rentabilidad sobre ventas mide la capacidad de obtener rentabilidad que tienen las ventas que realiza la empresa en su actividad empresarial.

Veamos si una empresa del rubro de venta de repuestos de motos vende en un mes 4,630 soles, su ganancia o utilidad es de 1,390 soles

$$RV = \frac{1,390}{4,630} \times 100 \quad RV = 0.30 \times 100 \quad RV = 30\%$$

Lo que se deduce que la rentabilidad es del 30% con respecto a las ventas

Para calcular la rentabilidad sobre ventas de una empresa se pueden emplear dos ratios financieros diferentes:

**a) Margen de utilidad bruta o de contribución para calcular la rentabilidad sobre ventas.**

Este margen de rentabilidad sobre ventas muestra la capacidad que tiene la empresa de producir beneficios en relación a las ventas que realiza en la actividad normal de la empresa; da a conocer el importe que gana la empresa por cada una de las unidades de producción que vende.

Para el cálculo de este índice se pueden utilizar dos fórmulas financieras:

$$\text{Margen de contribución} = \frac{\text{Ventas} - \text{Coste de ventas}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de contribución} = \frac{\text{Precio} - \text{Coste variable de cada unidad productiva}}{\text{Precio}}$$

**b). Margen de utilidad neta para calcular la rentabilidad sobre ventas.** Muestra la rentabilidad que se obtiene por cada una de las unidades vendidas por una empresa en el

trascuro de su actividad, una vez descontados los costes variables y directos de las ventas realizadas. Este margen se utiliza generalmente en empresas que disponen de varios centros de producción, para conocer cuál de dichos centros es más productivo o bien que producto de los elaborados en la empresa genera mayor rentabilidad.

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad después de impuestos}}{\text{Ventas}}$$

### ✓ **Análisis Vertical**

López, E. (2010) En este caso se utiliza como base de comparación el total de las ventas o sea 100%. Así las ventas se distribuyen una parte para cubrir el Costo de Ventas, otra parte para los gastos y por último el restante para queda como Utilidad Neta.

En el Análisis Vertical de la Cuenta de Resultados, la última línea de esta es la más importante o sea la Utilidad Neta es la más significativa y cuyo aumento o disminución porcentual se debe explicar a través de las variaciones % de costos y gastos.

El Análisis Vertical Balance General y Cuentas de Resultados facilita enormemente la lectura e interpretación de los mismos, entre tanto siempre es conveniente tener una primera aproximación con los valores numéricos leyendo los balances así como son presentados ya que nos da mucha información sobre las transacciones de una empresa como por ejemplo, monto de efectivo a una fecha determinada, derechos a recibir de los clientes, inversiones en inventarios, obligaciones con proveedores y con entidades financiera, volumen de ventas y crecimiento, costos y gastos y utilidad Neta.

### ✓ **Análisis horizontal**

El análisis horizontal es un método que muestra cómo cambian las cuentas de una empresa a través de un período, y en relación a un año base.

Este método, también llamado análisis dinámico, permite observar la tendencia temporal en las cuentas individuales de algún estado financiero, facilitando la identificación de las partidas que han tenido una evolución más favorable o desfavorable.

En un análisis horizontal se calcula el cambio acumulado de cada cuenta en un período determinado, tomando como base de comparación el primer año del período (o trimestre, si se usa información trimestral).

Para cada ítem contable, se divide el monto de un año más reciente por el monto del año base, y se multiplica por 100 para expresar el cambio como porcentaje.

#### **2.2.2.3 Acciones para mejorar la rentabilidad**

Procurar un estricto control de los gastos: implica tener en cuenta que las empresas viven de lo que producen, no de lo que ahorran. Esta alternativa permite optimizar los ingresos.

Mejorar los márgenes por producto: requiere la sensibilidad para medir de manera constante lo que ocurre en el mercado. Esta es la alternativa ideal, pero no hay que olvidar que la competitividad actual hace que las posibilidades para mejorar los márgenes sean cada vez menores.

Aumentar la frecuencia de ventas: significa vender más, en el mismo tiempo, con la misma estructura y la misma inversión.

Según Moreno L. (2013) Las posibles acciones y estrategias que sirven para aumentar las ventas, las utilidades y la rentabilidad de cualquier negocio, algunas de ellas de fácil y rápida implementación y otras que requieren de un trabajo estructurado y de algún tiempo y/o inversión para obtener resultados óptimos.

#### **➤ Para aumentar las utilidades.**

- ✓ Incremente el volumen de ventas.
- ✓ Incremente el margen de ganancia.
- ✓ Disminuya costos.
- ✓ Disminuya gastos.
- ✓ Compre con efectividad.
- ✓ Reemplace productos poco rentables.
- ✓ Aplique la ley de Pareto, (para productos, costos, ventas, utilidad).
- ✓ Maneje adecuadamente su estructura de capital.
- ✓ Cambie costos fijos por variables cuando sea pequeña o mediana empresa.
- ✓ Elabore un Plan de Mercadeo.

### **2.2.3 Teoría de las MYPE**

Las pequeñas y pequeñas microempresas son organizaciones producto del emprendimiento de personas que arriesgan pequeños capitales y que se someten a las reglas del mercado. No reciben subsidios, ni beneficios colaterales como si los obtiene las empresas de gran envergadura, especialmente las exportadoras, pero a base de imaginación y destreza muchas de ellas logran obtener posiciones importantes en los segmentos de mercado donde les toca operar. La mayoría de ellas, no siguen una disciplina académica, ni los protocolos económicos o financieros, pero si saben salvar problemas, que se presentan a diario en su quehacer económico . (Gomero, 2015)

El sector de la Micro y Pequeña Empresa surge como un fenómeno socio económico que ha transformado paulatinamente las economías de la mayoría de países a nivel mundial, principalmente los sudamericanos entre ellos nuestro país, como respuesta a muchas necesidades insatisfechas por parte de los sectores más pobres de la población, desempleo, bajos recursos económicos trabas burocráticas, etc. (Lastra,

2018).

En el año 2003 se publicó la Ley N° 28015, Ley de Formalización y Promoción de la Micro y Pequeña Empresa. Esta norma estuvo vigente hasta el 30 de setiembre de 2008. A partir del 01 de octubre de 2008 entro en vigencia el Decreto Legislativo N° 1086, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y de acceso al empleo decente. Esta norma y sus modificaciones (recopiladas en el Decreto Supremo N° 007-2008-TR, Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente) son las que se encuentran vigentes a la fecha, y que han sido modificadas por la Ley N° 30056.

#### **Características de las MYPE:**

Para poder calificar como micro o pequeña empresa, a efecto de acogerse al Régimen Laboral Especial para la Micro y Pequeña Empresa las MYPE deben reunir las siguientes características concurrentes:

**Microempresa:** Valor de volumen de ventas anuales como máximo la cantidad de 150 unidades impositivas tributarias (UIT) considerando la UIT 2020 = S/ 4300.00.

**Pequeña Empresa:** Valor de volumen de ventas anuales como máximo la cantidad de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT) considerando la UIT 2020 = S/ 4300.00.

(Mintra, 2019)

#### **Beneficios laborales de las MYPE**

Solo se generan los siguientes derechos para los trabajadores de una micro y pequeña empresa:

- **Remuneración.** Para ambas la remuneración mínima vital.
- **Vacaciones.** 15 días por año completo de servicio.

- **Descanso semanal y en días feriados.**
- **CTS.** Sólo a los de la Pequeña empresa les corresponde 15 remuneraciones diarias por año completo de servicio.
- **Gratificaciones.** Sólo a los de la Pequeña empresa les corresponde 2 gratificaciones equivalentes a medio sueldo cada una.
- **Utilidades.** Sólo a los de la Pequeña empresa.
- **Indemnización por despido arbitrario.** Para la Micro empresa corresponden 10 remuneraciones diarias por año completo de servicio con tope de 90 remuneraciones diarias. La pequeña empresa corresponden 20 remuneraciones diarias por año de servicio con tope de 120 remuneraciones diarias. (Arias, 2017)

#### **Registro de la micro y pequeña empresa (REMYPE)**

Es un registro en el que pueden inscribirse las micro y pequeñas empresas (MYPE) para acceder a los beneficios de la Ley MYPE. Pueden entrar en REMYPE las micro y pequeñas empresas constituidas por personas naturales o jurídicas dedicadas a actividades como extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Asimismo, deben tener como mínimo un trabajador. No pueden acceder a este registro empresas del rubro de bares, discotecas, casinos y juegos de azar. (Mintra, 2019)

#### **2.2.3.1 Teoría del sector comercio**

Los orígenes del comercio se remontan a la época de trueque de la era del Neolítico. El comercio es tan antiguo como la sociedad y no podríamos concebir esta sin él. Y es que ahora la palabra comercio es sinónimo de crecimiento, grandes marcas y globalización, pero hace miles de años era todo muy diferente. En la actualidad la finalidad del comercio se basa en satisfacer las necesidades del consumidor y en alcanzar las utilidades económicas para el comerciante. (Bolsalea, 2020)

## Comercio de Ferreterías

Una ferretería es un local destinado a la **venta de productos metálicos** y de otro tipo que resultan útiles para el desarrollo de tareas de **construcción, reparación y bricolaje**. Al individuo que tiene a su cargo el establecimiento se lo conoce como **ferretero**. “Por ejemplo: “Voy a ir a la ferretería a comprar clavos para poder armar el mueble”, “Se rompió la manija de la puerta, tenemos que comprar otra en la ferretería”, “¿A qué hora abre la ferretería? Necesito algunos tornillos”.

La variedad de elementos que pueden conseguirse en una ferretería es muy amplia aunque depende de cada tienda. Por lo general, no faltan los **clavos**, los **tornillos**, las **tuercas** ni las **arandelas**. También es habitual que vendan las **herramientas** que se utilizan para trabajar con dichos objetos, como **martillos**, **destornilladores** y **pinzas**.

Muchas veces las ferreterías se asemejan a las **cerrajerías** ya que ofrecen cerraduras y llaves. En algunos casos, también comercializan persianas, cortinas, pegamentos, pequeños muebles, escaleras y utensilios de **jardinería**.

Entre los artículos de jardín que tienen a la venta y que se pueden encontrar en cualquier ferretería están tijeras de podar, guantes, macetas, jardineras, mosquiteras, desbrozadoras, cortasetos. De la misma manera, no podemos pasar por alto que algunas ferreterías han optado por ampliar su campo de negocio y han comenzado a introducir en su catálogo productos de decoración e incluso lo que son artículos de menaje para el hogar.

Existen grandes cadenas de ferreterías con varias sucursales en una misma ciudad o región. Además hay ferreterías pequeñas que suelen ser emprendimientos familiares o incluso individuales. En cualquier urbe del mundo es posible encontrar una buena cantidad de ferreterías ya que sus **productos** son muy importantes en la vida cotidiana. (Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2017)

## **2.3 Marco Conceptual**

### **2.3.1 Definición de Financiamiento**

Según Acosta (2010), el financiamiento de la empresa se define como la obtención de medios o recursos de pago que son destinados a la adquisición de los bienes de capital que la institución urge para el cumplir con sus obligaciones y su finalidad. Según su origen las fuentes financieras suelen agruparse en financiación interna y financiación externa también conocidas como fuentes de financiamiento propias y ajenas.

Se define al financiamiento como un acto en el cual una empresa adquiere el dinero que necesite fundamentalmente para la hora de emprender una actividad económica, por lo cual se considera ineludible para cualquier comienzo de negocio. (Enciclopedia de Clasificaciones ,2017)

Se define al financiamiento como el mecanismo por medio del cual se aporta dinero o se concede un crédito a una persona, empresa u organización para llevar a realizarse un proyecto, adquiera activos, bienes o servicios, cubra los gastos de una actividad u obra, o cumpla sus compromisos pendientes con sus proveedores. (Significados , 2019)

### **2.3.2 Definición de Rentabilidad**

Según Sánchez (2002) La rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios ya sean materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los

capitales utilizados en el mismo. Asimismo, justifica el estudio de la rentabilidad en que “aun partiendo de la multiplicidad de objetivos a que se enfrenta una empresa, basados unos en la rentabilidad o beneficio, otros en el crecimiento, la estabilidad e incluso en el servicio a la colectividad, en todo análisis empresarial el centro de la discusión tiende a situarse en la polaridad entre rentabilidad y seguridad o solvencia como variables fundamentales de toda actividad económica.

### **2.3.3 Definición de la MYPE**

Las micro y pequeña empresa son las unidades económicas constituidas por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.(Mintra,2019)

En el Perú las MYPEs hacen su aparición a partir de la década del ochenta; sin embargo, ellas se han venido gestando desde los años cincuenta como solución al problema del desempleo y bajos ingresos, sobre todo en la capital, a consecuencia, de las olas de inmigración que empezaron a llegar del interior del país. Representan un sector de vital importancia dentro de la estructura productiva del Perú, de forma que las microempresas representan el 95,9% del total de establecimientos nacionales, porcentaje éste que se incrementa hasta el 97,9% si se añaden las pequeñas empresas. Además brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). (Pymesperuana, 2013)

### **2.3.4 Definición del sector comercio**

La definición de comercio puede ser tan amplia o tan corta como lo deseemos. El comercio es, básicamente, el intercambio de bienes y servicios por otros bienes y servicios de igual valor. También nos podemos referir como comercio a los establecimientos o

almacenes donde se realiza esta actividad económica. Los individuos que se encargan de estos procesos son conocidos como comerciantes. Un comerciante se dedica a ofertar bienes y servicios a cambio de un valor determinado. Este valor debe ser equivalente al bien o servicio presentando por el comerciante. (De la Rosa, 2018)

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto como intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante. El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles. (Sevilla, 2018)

### **III. Hipótesis**

Por su naturaleza descriptiva la presente investigación no presenta hipótesis, ya que las hipótesis determinan las relaciones que existen entre dos variables dependiente y no dependiente. (Deobold B. Van Dalen y Willian J. Meyer)

## **IV. Metodología**

### **4.1 El tipo de investigación**

Es cuantitativa.

### **4.2 Nivel de investigación**

Es descriptiva, se describen los hechos tal como son observados, datos y características del estudio.

### **4.3 Diseño de la investigación**

El diseño de investigación es no experimental

### **4.4 Universo y muestra**

#### **4.4.1 Universo**

Está determinada por 46 MYPES del sector comercial del rubro ferretería del centro poblado de Andrés Araujo Moran del distrito de Tumbes (incluye 41 MYPES habitas y 05 MYPES no habidas), según datos proporcionados por la SUNAT-Tumbes.

#### **4.4.2 Muestra**

Está conformada por 10 Mypes del sector comercial, rubro ferreterías del centro Poblado de Andrés Araujo Morán, según datos proporcionados por la SUNAT-Tumbes.

### 4.3 Definición y operacionalización de variables

**TITULO:** “Propuesta de mejora del financiamiento y la rentabilidad de las Micro y pequeñas del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Morán del Distrito de Tumbes, 2020”.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEMS
<b>Financiamiento</b>	Según Acosta (2010), el financiamiento de la empresa se define como la obtención de medios o recursos de pago que son destinados a la adquisición de los bienes de capital que la institución urge para el cumplir con sus obligaciones y su finalidad. Según su origen las fuentes financieras suelen agruparse en financiación interna y financiación externa también conocidas como fuentes de financiamiento propias y ajenas.	El financiamiento consiste en proporcionar los recursos necesarios para la puesta en marcha, desarrollo y gestión de todo proyecto o actividad económica. Siendo los recursos económicos obtenidos por esta vía, recuperados durante el plazo y retribuidos a un tipo de interés fijo o variable previamente establecido.	Fuentes de financiamiento y tipos	financiamiento interno	1, 2, 3
				Tipos e importes financiamiento	4,5,6
				Plazos financiamiento	7,8
				Garantías para financiamiento	9
				Tasa de interés y otros	10,11,12,13
<b>Rentabilidad</b>	Según Sánchez (2002) La rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios ya sean materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados.	El análisis de la rentabilidad se puede llevar a cabo mediante el uso de indicadores como la rentabilidad neta del activo, rentabilidad del patrimonio y margen bruto de rentabilidad.	Rentabilidad económica	Costo	17
				Nivel de ingresos	14,15,16
			Rentabilidad financiera	Utilidad-Rendimiento	18
					19
		20			

## **4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **4.4.1 Técnicas**

En el desarrollo de esta investigación se realizó la técnica de la encuesta, que busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado.

### **4.4.2 Instrumentos**

Para el recojo de la información de la investigación se aplicó como instrumento, un cuestionario aplicado a las MYPES rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del distrito de Tumbes, 2020.

## **4.5 Plan de análisis.**

En esta investigación se hará un análisis descriptivo individual y comparativo, para ello se utilizó la herramienta utilizada para procesar los datos es Microsoft Excel de Microsoft Office, que nos permitirá realizar de forma adecuada la tabulación y representación gráfica del trabajo de campo como las fórmulas que tiene, también se utilizará el Word para poder redactar y analizar adecuadamente la información recopilada, como también estructurar nuestro informe de investigación. Así mismo el Software Power Point para realizar las respectivas diapositivas. Los mismos que permitirán la verificación de los datos del proyecto, la tabulación y su interpretación para la obtención de resultados que arribará la conclusión de este estudio.

### **✓ Interpretación.**

Para esta interpretación se hará el comentario respectivo de acuerdo a los resultados obtenidos de nuestras tablas y figuras por cada pregunta que conforma el instrumento (cuestionario).

✓ **Resultados**

Una vez aplicado el instrumento se llevará a la tabla de resultados por cada pregunta que formo parte del instrumento, a fin de presentar la información recolectada y procediendo a comentarla de acuerdo a lo interpretado anteriormente y que forma parte de los resultados obtenidos.

✓ **Análisis**

Se aplicará los instrumentos de análisis como: los cuadros de resultados obtenidos como consecuencia de nuestra interpretación de las figuras y resultados y contrastados, así como comparados con nuestros antecedentes similares de nuestra investigación y teorías existentes que avalen el estudio. (Financiamiento y rentabilidad).

#### 4.6 Matriz de consistencia

TITULO	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA	
<p>“Propuesta de mejora del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Morán del Distrito de Tumbes, 2020”.</p>	<p>¿Cuáles son las oportunidades del financiamiento y la rentabilidad que mejoran significativamente las posibilidades de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del distrito de Tumbes, periodo 2020?</p>	<p>“Identificar las oportunidades del financiamiento y rentabilidad que mejoran significativamente las posibilidades de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, período 2020”.</p>	<p>Por su naturaleza descriptiva la presente investigación no presenta hipótesis, ya que las hipótesis son dos variables independiente y no dependiente. Deobold B. Van Dalen y William J. Meyer</p>	<p>Financiamiento  Rentabilidad</p>	<p><b>Tipo de investigación</b></p> <p>Aplicada</p>	<p>La población está conformada por 46 propietarios y la muestras de 10 micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, 2020.</p>	
		<p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p>			<p>Descriptiva</p>		<p><b>Nivel de investigación</b></p>
		<p>Determinar las oportunidades de fuentes del financiamiento que mejoran la rentabilidad de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del distrito de Tumbes, período 2020.</p>			<p><b>Diseño de investigación</b></p>		
		<p>Describir las oportunidades de los tipos del financiamiento que mejoran la rentabilidad de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, periodo 2020.</p>			<p>Aplicativa</p>		
		<p>Establecer la relación que existe entre el financiamiento y la rentabilidad que mejoran significativamente las posibilidades de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, periodo 2020.</p>					

#### **4.7 Principios éticos**

En la investigación se respetó la privacidad de la información de las empresas estudiadas, por lo que se mantiene en reserva el nombre de los representantes de las MYPES.

Esta investigación está diseñada teniendo en cuenta las normas establecidas por la universidad, basándonos a la estructura del reglamento de investigación y considerando los principios éticos y sus buenas prácticas para investigadores aprobado en el código de ética de esta casa de estudios con la finalidad de proponer alternativas de financiamiento y rentabilidad de las mypes del rubro ferreterías del centro Poblado Andrés Araujo Moran Tumbes.

- ✓ Protección a las personas
- ✓ Integridad científica
- ✓ Consentimiento informado y expreso

## V. Resultados

### 5.1 Resultados

#### Tablas y gráficos

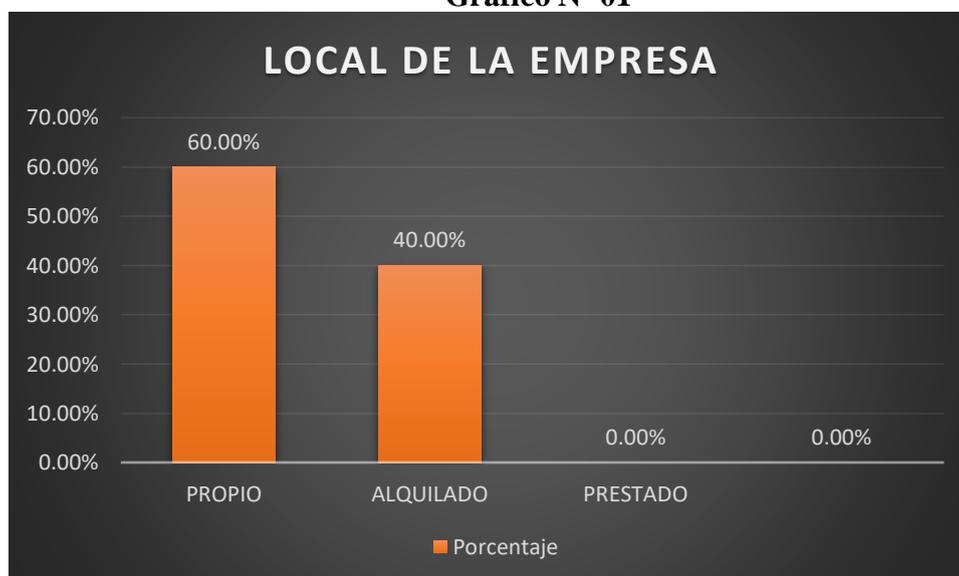
**Tabla 1.** ¿El Local de la Empresa es?

LOCAL DE LA EMPRESA		
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
PROPIO	6	60.00%
ALQUILADO	4	40.00%
PRESTADO	0	0.00%
		0.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 01**



Fuente: Tabla 1. Elaboración: Propia.

#### Interpretación:

De acuerdo al ítem N° 02: Se evidencia que del 100% (10) de los encuestados el 60% (04) mencionaron que su local del negocio es propio y el 40% (04) dijeron que el local de su negocio es alquilado.

**Tabla 2.** ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
01-05	10	100.00%
06-10	0	0.00%
11-15	0	0.00%
16-20	0	0.00%
Mas de 20	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente :Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.

Elaboración: Propia.

**Gráfico N° 02**



Fuente: Tabla 2.

Elaboración: Propia

**Interpretación:**

De acuerdo al ítem N° 02: El 100% (10) de los encuestados afirman que el número de sus trabajadores que laboran en su empresa es de 1 a 5 trabajadores.

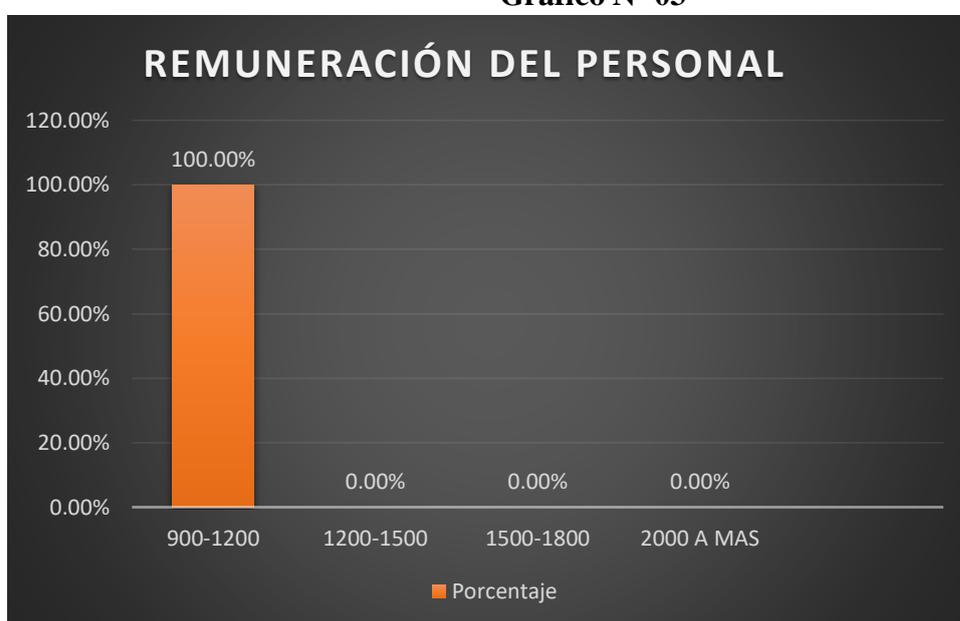
**Tabla 3.** ¿Cuánto paga mensual a su personal?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
900-1200	10	100.00%
1200-1500	0	0.00%
1500-1800	0	0.00%
2000 A MAS	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 03**



Fuente: Tabla 3.

Elaboración: Propia

#### Interpretación:

De acuerdo al ítem N° 03: El 100% (10) de los encuestados indicaron que el pago mensual que realizan a sus trabajadores es de 900 a 1200 soles mensual.

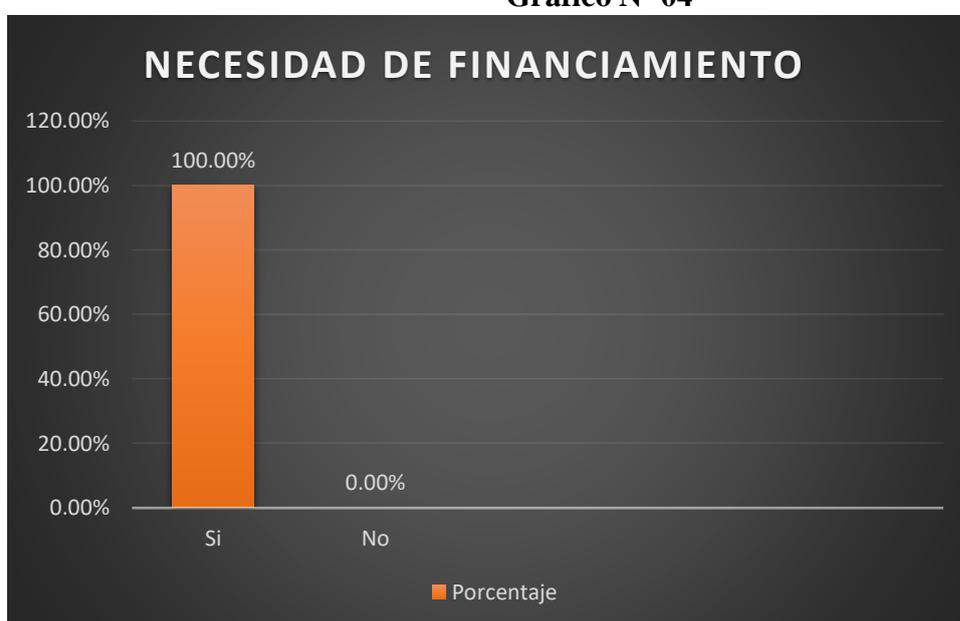
**Tabla 4.** ¿Solicitó algún tipo de financiamiento?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100.00%
No	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 04**



Fuente: Tabla 4.

Elaboración: Propia

Interpretación:

De acuerdo al ítem N° 04: El 100% (10) de los encuestados afirman que en su negocio si tienen y han tenido necesidad de financiamiento.

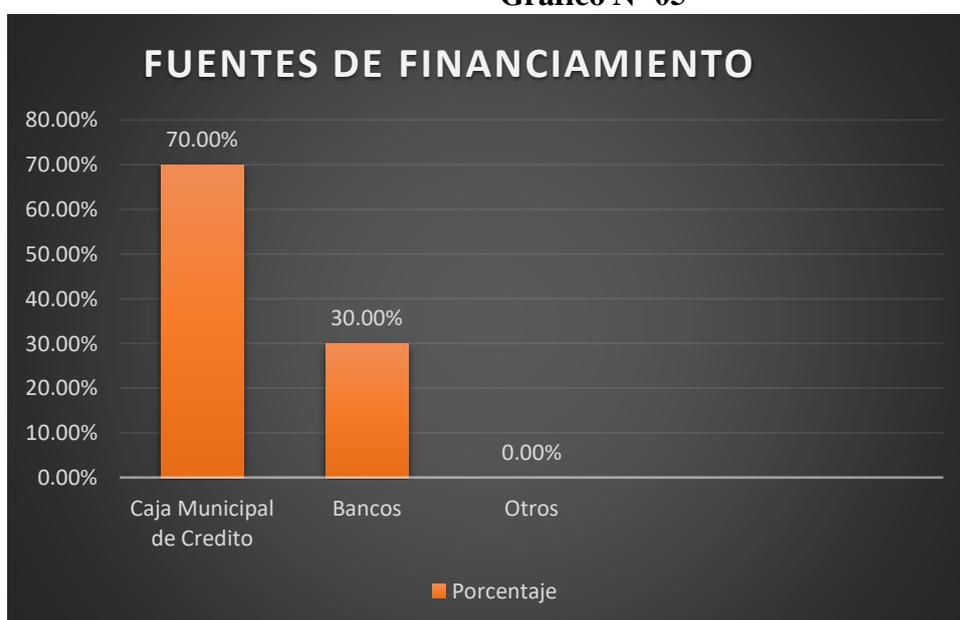
**Tabla 5.** ¿Qué fuentes de financiamiento utilizó?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Caja Municipal de Crédito	7	70.00%
Bancos	3	30.00%
Otros	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 05**



Fuente: Tabla 5.

Elaboración: Propia

Interpretación:

De acuerdo al ítem N° 05: El 70% (07) de los encuestados afirman que para financiarse con créditos o préstamos para sus empresas han tenido que recurrir a las cajas municipales de créditos y el 30% (03) afirman que se financian de los bancos o banca privada.

**Tabla 6.** ¿Cree usted que los tipos de financiamiento que usted realizó contribuyen

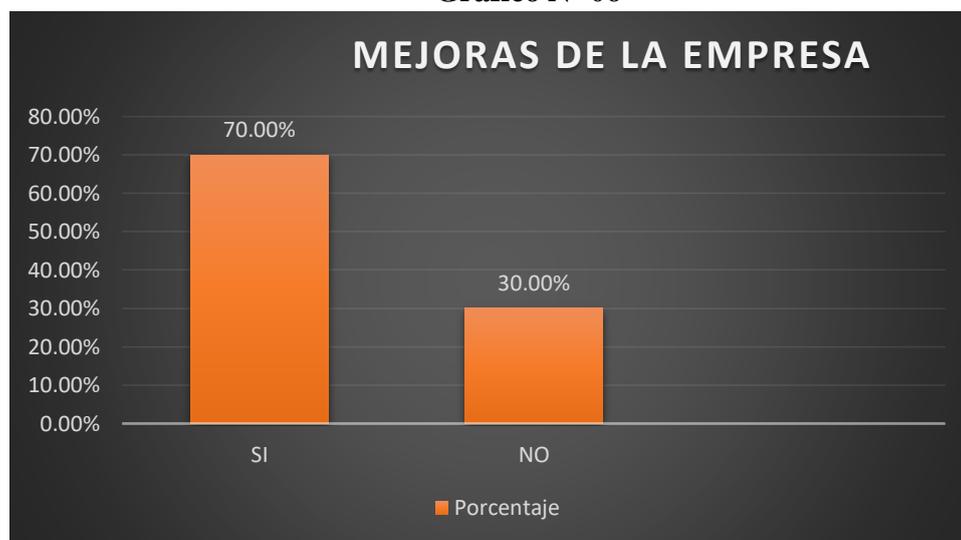
en la mejora de las posibilidades de su empresa?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	70.00%
NO	3	30.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 06**



Fuente: Tabla 6.

Elaboración: Propia

Interpretación:

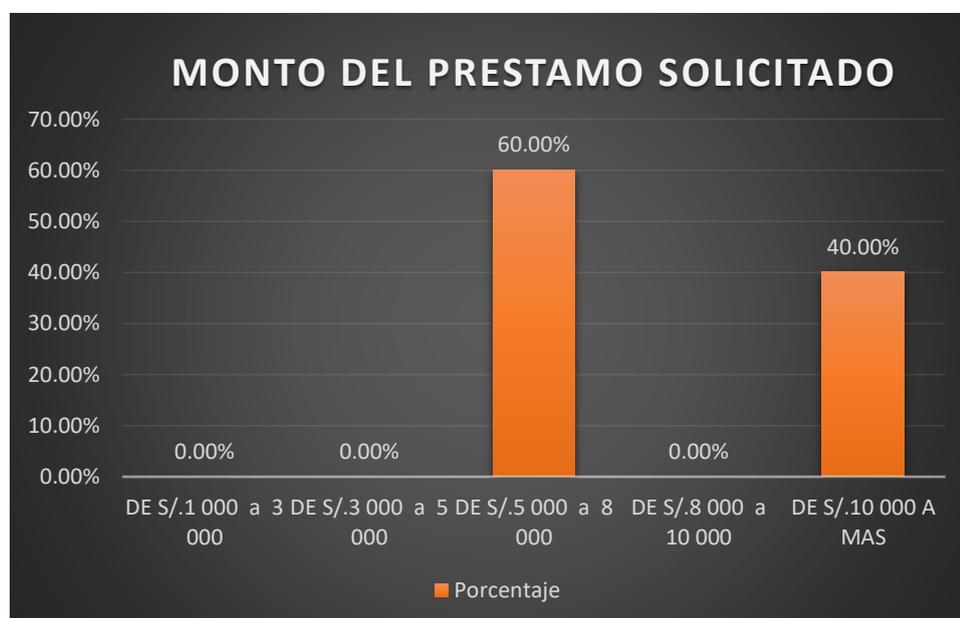
De acuerdo al ítem N° 07: El 70% (07) de los encuestados afirman que el financiamiento obtenido ha contribuido en la mejora de la empresa y el 30% (03) indicaron que estos no han contribuido en la mejora de empresa.

**Tabla 7.** De acuerdo a su ultimo préstamo solicitado ¿Qué importe solicitó?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
DE S/.1 000 a 3 000	0	0.00%
DE S/.3 000 a 5 000	0	0.00%
DE S/.5 000 a 8 000	6	60.00%
DE S/.8 000 a 10 000	0	0.00%
DE S/.10 000 A MAS	4	40.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.  
Elaboración: Propia

**Gráfico N° 07**



Fuente: Tabla 7.  
Elaboración: Propia

Interpretación:

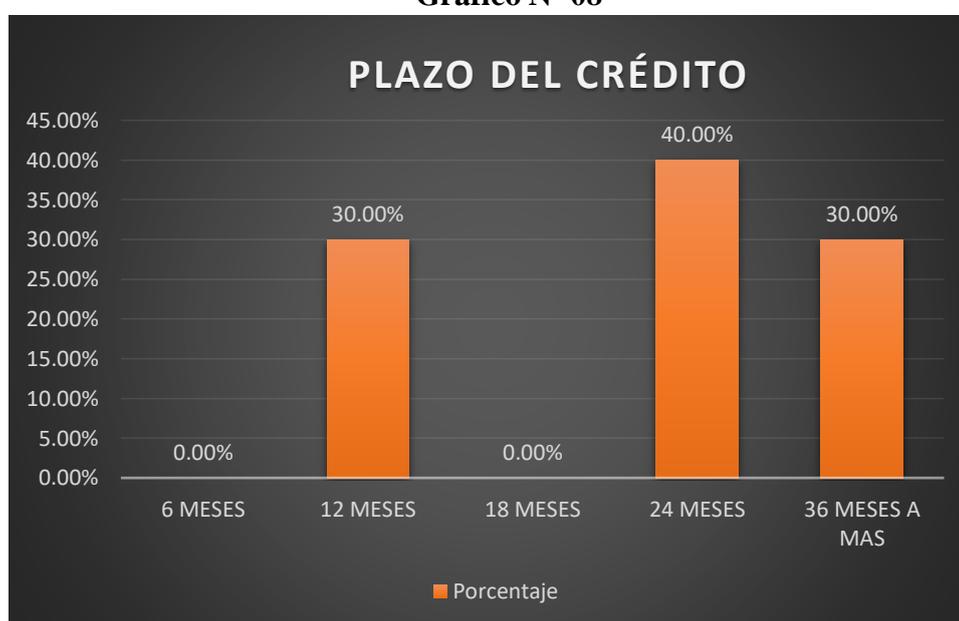
De acuerdo al ítem N.º 07: Del 100% de los encuestados, el 60.0% (6) indican que el monto del préstamo que han solicitado para financiarse oscila entre S/. 5 000 a S/. 8 000 soles, mientras que un 40.00% (4) mencionan que el monto solicitado era de S/. 10 000 a más.

**Tabla 8** ¿En qué tiempo solicitó el financiamiento de su préstamo?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
6 MESES	0	0.00%
12 MESES	3	30.00%
18 MESES	0	0.00%
24 MESES	4	40.00%
36 MESES A MAS	3	30.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.  
Elaboración: Propia

**Gráfico N° 08**



Fuente: Tabla 8.  
Elaboración: Propia

Interpretación:

De acuerdo al ítem N° 08: Del 100% de los encuestados, el 30% (3) afirman que el plazo del crédito solicitado como financiamiento es de 12 cuotas mensuales, mientras que un 40%(4) mencionaron que el plazo es de 24 cuotas meses, finalmente el 30%(3) respondieron que su crédito solicitado para su negocio es de 36 cuotas mensuales a más.

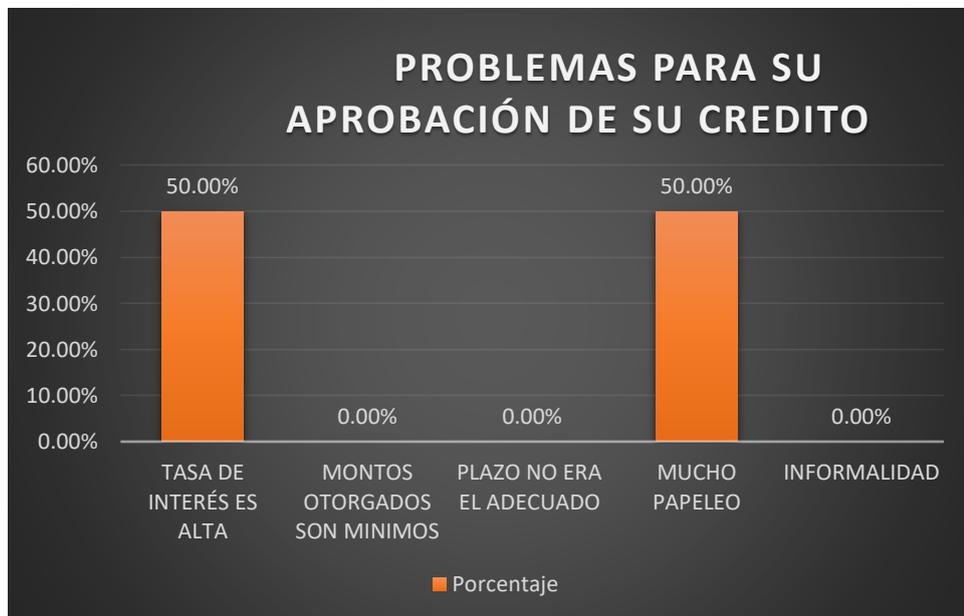
**Tabla 9.** ¿Al solicitar su préstamo que problemas ha tenido para su aprobación?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
TASA DE INTERÉS ES ALTA	5	50.00%
MONTOS OTORGADOS SON MINIMOS	0	0.00%
PLAZO NO ERA EL ADECUADO	0	0.00%
MUCHO PAPELEO	5	50.00%
INFORMALIDAD	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 09**



Fuente: Tabla 9.

Elaboración: Propia

Interpretación:

De acuerdo al ítem N.º 09: Del 100% de las mypes encuestados, el 50% (5) afirman que el problema para la aprobación de su crédito fue la tasa de interés muy alta, mientras que el 50% (5) indicaron que es el mucho papeleo.

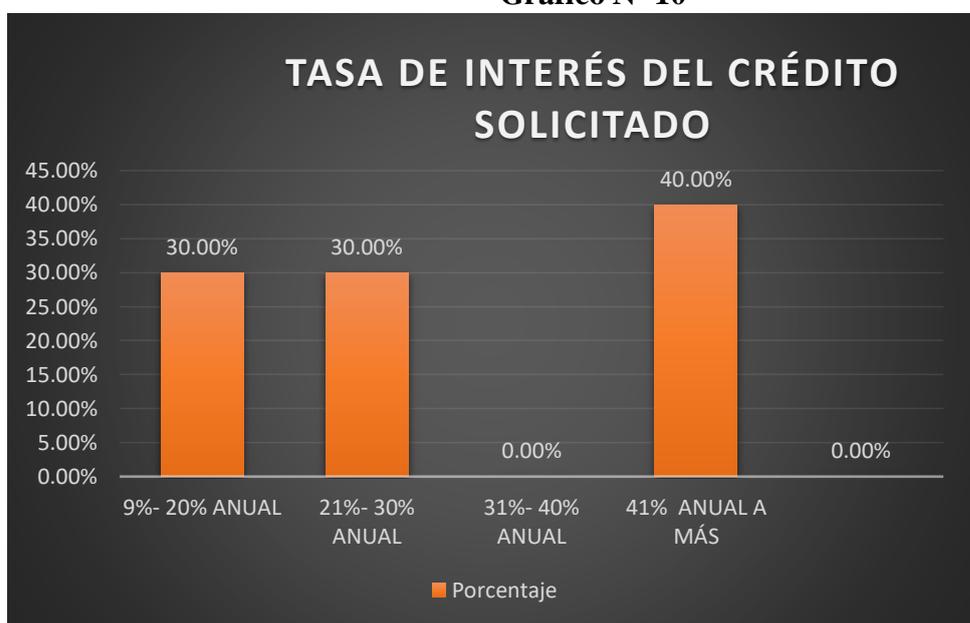
**Tabla 10** ¿La TEA (tasa efectiva anual) con que le financiaron su préstamo?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
9% - 20% ANUAL	3	30.00%
21% - 30% ANUAL	3	30.00%
31% - 40% ANUAL	0	0.00%
41% ANUAL A MÁS	4	40.00%
		0.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 10**



Fuente: Tabla 10.

Elaboración: Propia

**Interpretación:**

De acuerdo al ítem N° 10: Del 100% de las mypes encuestadas, el 30% (3) de los encuestados respondieron que la tasa de interés del crédito solicitado es de 9%-20% anual, un 30.00% (3) indican que la tasa de interés de su préstamo fue entre 21%- 30% anual, finalmente un 40%(4) menciono que la tasa de interés que le financiaron su préstamo es de 41% anual a más.

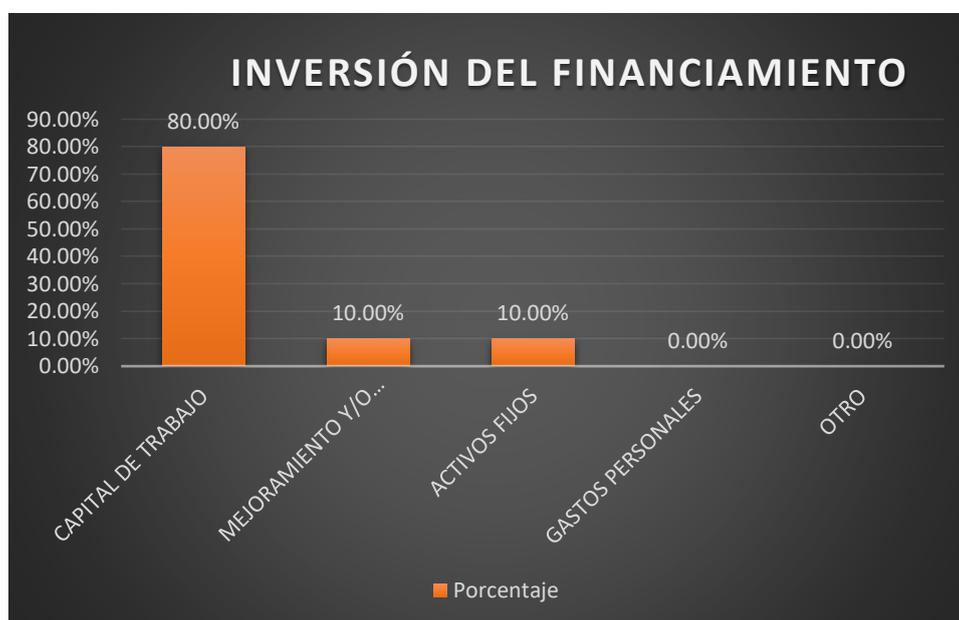
**Tabla 11.** ¿En qué invirtió el financiamiento adquirido?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
CAPITAL DE TRABAJO	8	80.00%
MEJORAMIENTO Y/O AMPLIACIÓN DE LOCAL	1	10.00%
ACTIVOS FIJOS	1	10.00%
GASTOS PERSONALES	0	0.00%
OTRO	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 11**



Fuente: Tabla 11.

Elaboración: Propia

Interpretación:

De acuerdo al ítem N° 11: Del 100 de las mypes encuestadas, el 80% (8) de los encuestados afirmaron que el financiamiento solicitado lo invirtieron fue para capital de trabajo, asimismo el 10% (1) invirtió en mejoramiento del local, finalmente los encuestados mencionan que el 10%(1) el financiamiento fue para compra de activos fijos.

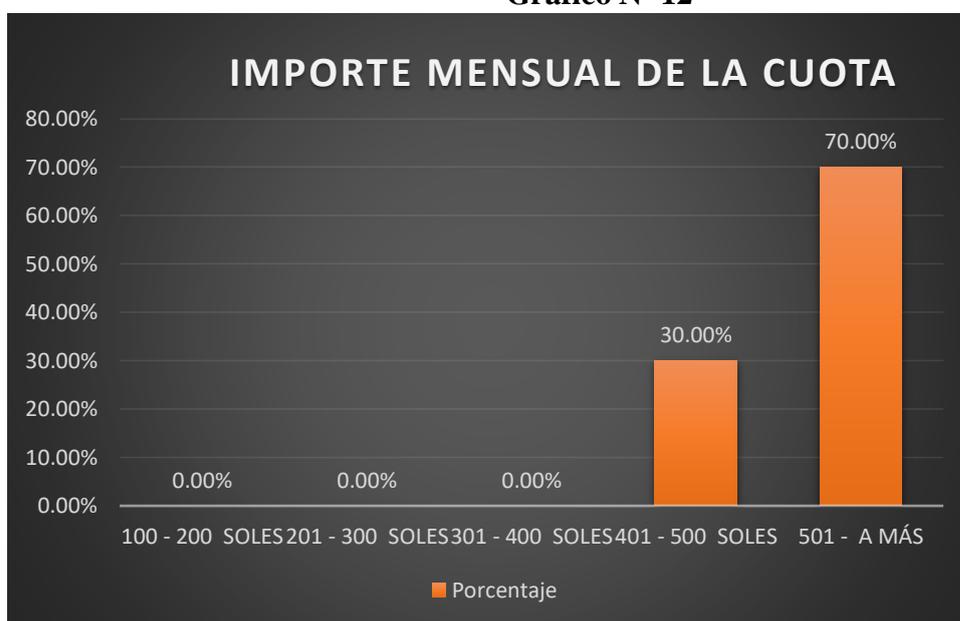
**Tabla 12.** ¿Cuánto es el importe de cada cuota de su préstamo?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
100 - 200 SOLES	0	0.00%
201 - 300 SOLES	0	0.00%
301 - 400 SOLES	0	0.00%
401 - 500 SOLES	3	30.00%
501 - A MÁS	7	70.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 12**



Fuente: Tabla 12.

Elaboración: Propia

#### Interpretación:

De acuerdo al ítem N° 12: Del 100% de las mypes encuestadas, el 30% (3) de los encuestados respondieron que el pago importe promedio de su cuota oscila entre S/.401 y S/.500, finalmente un 70% (7) menciona que el pago de su cuota era entre S/.501 a más.

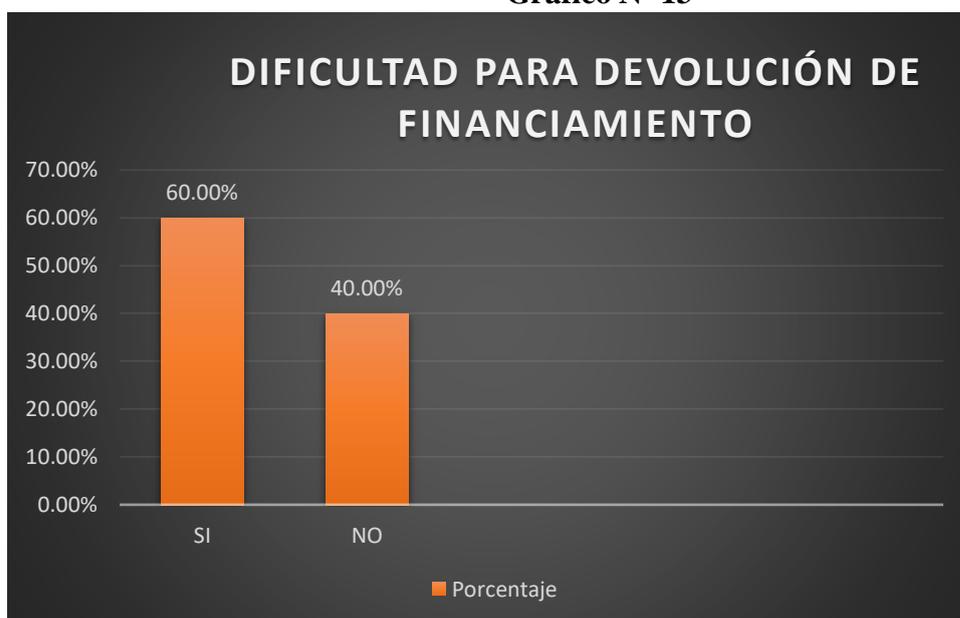
**Tabla 13.** ¿Tuvo dificultad para devolver el financiamiento adquirido?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	60.00%
NO	4	40.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 13**



Fuente: Tabla 13.

Elaboración: Propia

Interpretación:

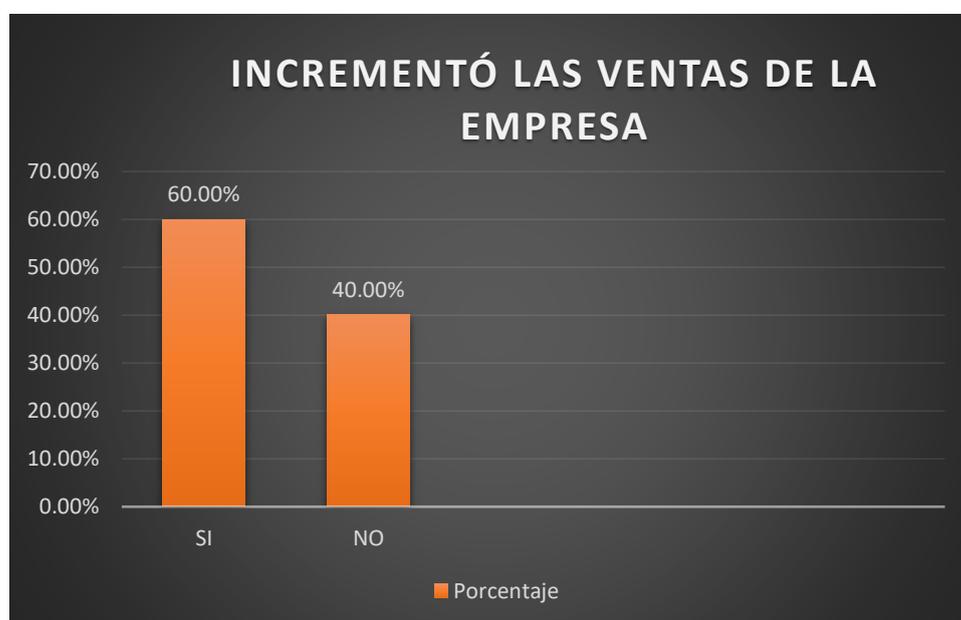
De acuerdo al ítem N° 13: El 100% (10) encuestados, un 60% (6) tuvieron dificultad para devolver el financiamiento (préstamo) mientras que un 40%(4) indicaron que no tuvieron ninguna dificultad para devolver el financiamiento adquirido para su negocio.

Tabla 14. ¿Con el préstamo obtenido ¿Se incrementó las ventas de la empresa?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	60.00%
NO	4	40.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.  
Elaboración: Propia

Gráfico N° 14



Fuente: Tabla 14.  
Elaboración: Propia

#### Interpretación:

De acuerdo al ítem N° 14: Del 100% (10) de las mypes encuestados el 60% de (6) afirmaron que con el préstamo obtenido si incrementaron sus ventas, no obstante un 40%(4) manifestó que con el préstamo obtenido no incrementaron sus ventas.

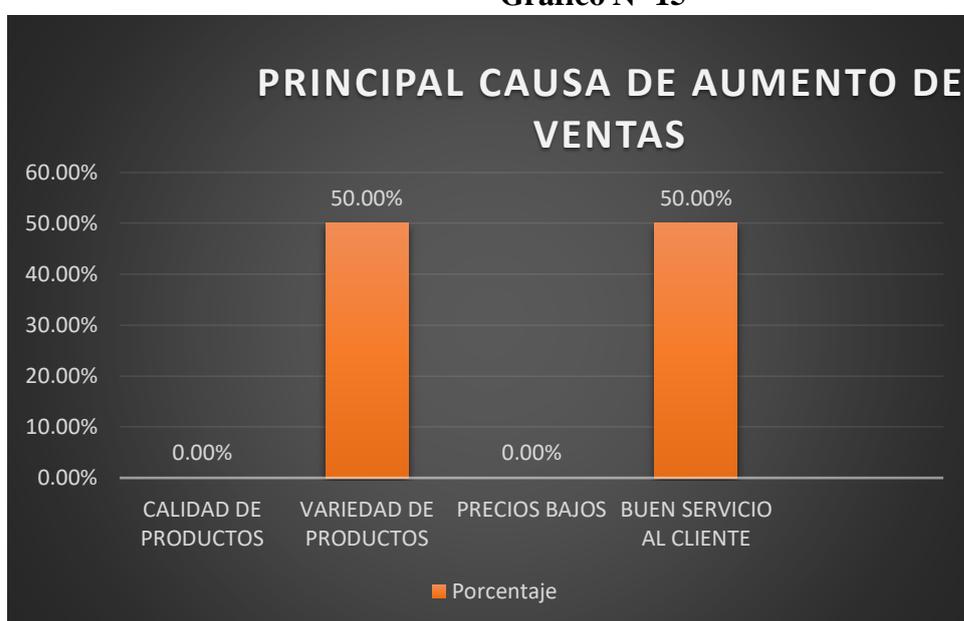
**Tabla 15.** ¿Cuál fue la principal causa del aumento de sus ventas?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
CALIDAD DE PRODUCTOS	0	0.00%
VARIEDAD DE PRODUCTOS	5	50.00%
PRECIOS BAJOS	0	0.00%
BUEN SERVICIO AL CLIENTE	5	50.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 15**



Fuente: Tabla 15.

Elaboración: Propia

Interpretación:

De acuerdo al ítem N° 15: Del 100 de las mypes encuestadas, el 50% (5) de los encuestados menciono que la principal causa del aumento de ventas es la variedad de productos, asimismo el otro 50% (5) menciono que se debe al buen servicio al cliente.

**Tabla 16.** ¿Cuál es el importe promedio mensual de sus ventas?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
S/.1 000 A S/.5 000	0	0.00%
S/.5 000 A S/.10 000	0	0.00%
S/.10 000 A S/.15 000	0	0.00%
S/.15 000 A S/. 20 000	0	0.00%
S/.20 000 A MÁS	10	100.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 16**



Fuente: Tabla 16.

Elaboración: Propia

Interpretación:

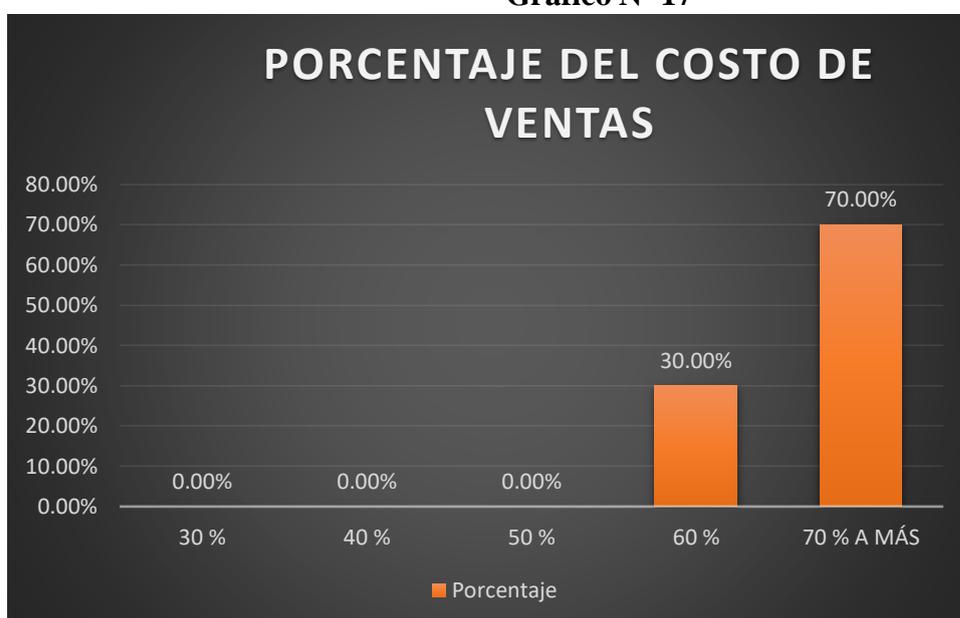
De acuerdo al ítem N° 16: El 100% (10) de las mypes encuestadas afirmo que el promedio mensual de sus ventas es de S/. 20 000 a más.

**Tabla 17.** ¿Según sus ventas qué % representa el costo de sus ventas?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
30 %	0	0.00%
40 %	0	0.00%
50 %	0	0.00%
60 %	3	30.00%
70 % A MÁS	7	70.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.  
Elaboración: Propia

**Gráfico N° 17**



Fuente: Tabla 17.  
Elaboración: Propia

Interpretación:

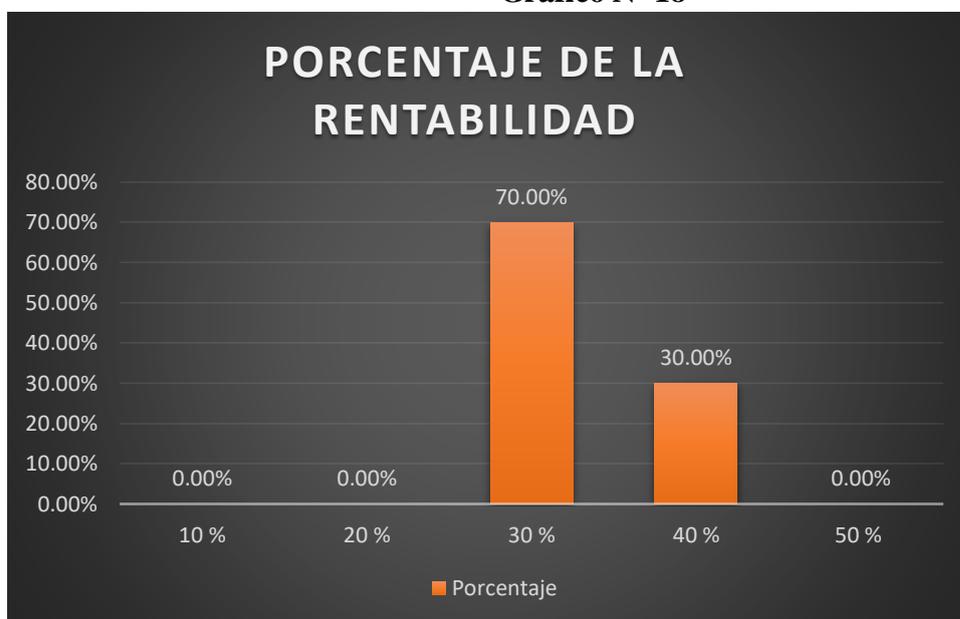
De acuerdo al ítem N° 17: Del 100% de las mypes encuestadas, el 30% (3) indico que el porcentaje que representa el costo total de las ventas es el 60%, y un 70% (7) de los encuestados mencionan que su costo de ventas representa el 70% a más.

**Tabla 18.** ¿Cuál es el % que representa su rentabilidad?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
10 %	0	0.00%
20 %	0	0.00%
30 %	7	70.00%
40 %	3	30.00%
50 %	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.  
Elaboración: Propia

**Gráfico N° 18**



Fuente: Tabla 18.  
Elaboración: Propia

**Interpretación:**

De acuerdo al ítem N° 18: Del 100% de las mypes encuestadas, el 70% (7) menciono que según su experiencia en el negocio, la rentabilidad en porcentaje representa el 30%, mientras que un 30% indica que el porcentaje de rentabilidad representa el 40%.

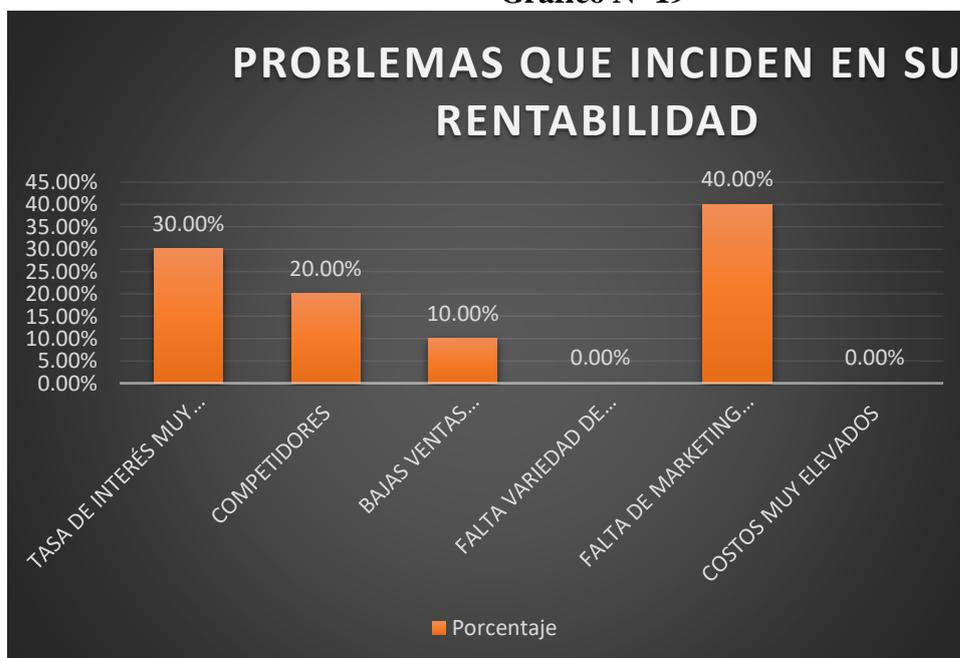
**Tabla 19.** ¿A qué cree Ud. que se debe los problemas que inciden en su rentabilidad?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
TASA DE INTERÉS MUY ELEVADA	3	30.00%
COMPETIDORES	2	20.00%
BAJAS VENTAS MENSUALES	1	10.00%
FALTA VARIEDAD DE PRODUCTOS	0	0.00%
FALTA DE MARKETING Y PUBLICIDAD	4	40.00%
COSTOS MUY ELEVADOS	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.

Elaboración: Propia

**Gráfico N° 19**



Fuente: Tabla 19.

Elaboración: Propia

Interpretación:

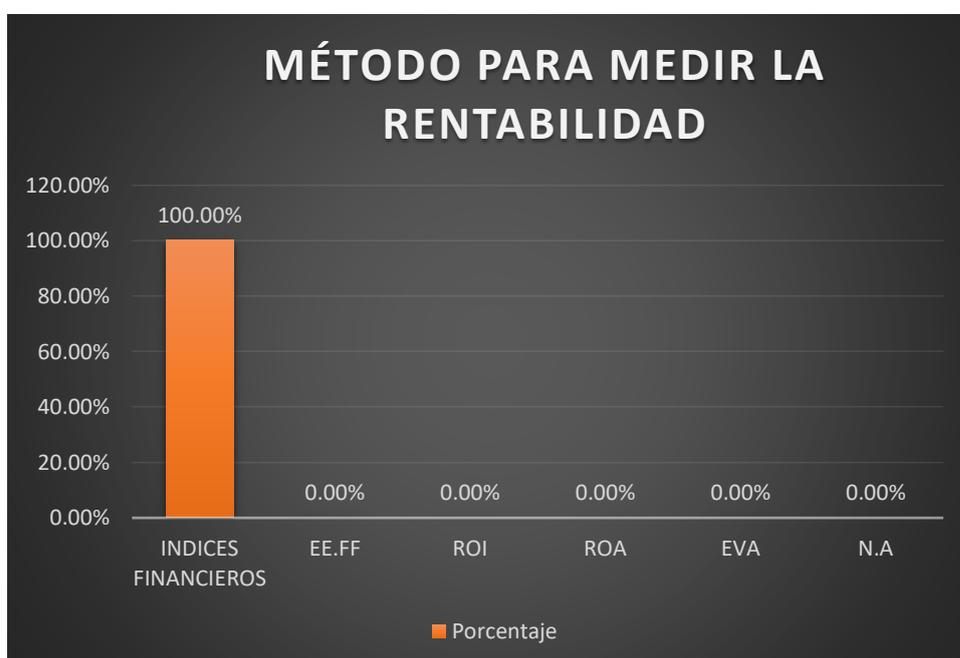
De acuerdo al ítem N° 19: Del 100% de las mypes encuestadas, el 40% (4) de los encuestados menciono que el problema que incide en su rentabilidad es la falta de falta de marketing, asimismo que el 30% (3) menciono que el problema que inciden en su rentabilidad la tasa de interés muy elevada, también un 20% (2) mencionan que son los competidores y finalmente un 10% (1) indico que son las bajas ventas mensuales.

**Tabla 20.** ¿Qué método utiliza para medir la rentabilidad?

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
INDICES FINANCIEROS	10	100.00%
EE.FF	0	0.00%
ROI	0	0.00%
ROA	0	0.00%
EVA	0	0.00%
N.A	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Encuestas a MYPES Rubro Ferreterías.

Elaboración: Propia



Fuente: Tabla 20.

Elaboración: Propia

Interpretación:

De acuerdo al ítem N° 20: El 100% (10) de las mypes encuestadas mencionaron que el método que utilizan para medir la rentabilidad de su negocios son los índices financieros.

**5.1.1 O.E.N° 01: Determinar las oportunidades de fuentes del financiamiento que mejoran la rentabilidad de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del distrito de Tumbes, período 2020.**

**CUADRO N° 01**

<b>ITEMS</b>	<b>ITEMS</b>	<b>RESULTADOS</b>
5	¿Qué fuentes de financiamiento utilizó?	De acuerdo al ítem N° 05: El 70% (07) de los encuestados afirman que para financiarse con créditos o préstamos para sus empresas han tenido que recurrir a las cajas municipales de créditos y el 30% (03) afirman que se financian de los bancos o banca privada.
7.	¿De acuerdo a su ultimo préstamo solicitado ¿Qué importe solicitó?	De acuerdo al ítem N.° 07: Del 100% de los encuestados, el 60.0% (6) indican que el monto del préstamo que han solicitado para financiarse oscila entre S/. 5 000 a S/. 8 000 soles, mientras que un 40.00% (4) mencionan que el monto solicitado era de S/. 10 000 a más.
8.	¿En qué tiempo solicitó el financiamiento de su préstamo?	De acuerdo al ítem N° 08: Del 100% de los encuestados, el 30% (3) afirman que el plazo del crédito solicitado como financiamiento es de 12 cuotas mensuales, mientras que un 40%(4) mencionaron que el plazo es de 24 cuotas meses, finalmente el 30%(3) respondieron que su crédito solicitado para su negocio es de 36 cuotas mensuales a más.

<p>9. ¿Al solicitar su préstamo que problemas ha tenido para su aprobación?</p>	<p>De acuerdo al ítem N.º 09: Del 100% de las mypes encuestados, el 50% (5) afirman que el problema para la aprobación de su crédito fue la tasa de interés muy alta, mientras que el 50%(5) indicaron que es el mucho papeleo</p>
<p>10. ¿La TEA (tasa efectiva anual) con que le financiaron su préstamo?</p>	<p>De acuerdo al ítem N° 10: Del 100% de las mypes encuestadas, el 30% (3) de los encuestados respondieron que la tasa de interés del crédito solicitado es de 9%-20% anual, un 30.00% (3) indican que la tasa de interés de su préstamo fue entre 21%- 30% anual, finalmente un 40%(4) menciono que la tasa de interés que le financiaron su préstamo es de 41% anual a más.</p>
<p>11. ¿En qué invirtió el financiamiento adquirido?</p>	<p>De acuerdo al ítem N° 11: Del 100 de las mypes encuestadas, el 80% (8) de los encuestados afirmaron que el financiamiento solicitado lo invirtieron fue para capital de trabajo, asimismo el 10% (1) invirtió en mejoramiento del local, finalmente los encuestados mencionan que el 10%(1) el financiamiento fue para compra de activos fijos</p>

**Fuente:** Elaboración propia en base a la aplicación del cuestionario.

**5.1.2. O.E. N° 02:** Identificar las oportunidades de los tipos del financiamiento que mejoran la rentabilidad de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, periodo 2020.

CUADRO N° 02

N°	ITEMS	RESULTADOS
4.	¿Solicitó algún tipo de financiamiento?	De acuerdo al ítem N° 04: El 100% (10) de los encuestados afirman que en su negocio si tienen y han tenido necesidad de financiamiento.
6.	¿Cree usted que los tipos de financiamiento que usted realizo contribuyen en la mejora de las posibilidades de su empresa?	De acuerdo al ítem N° 07: El 70% (07) de los encuestados afirman que el financiamiento obtenido ha contribuido en la mejora de la empresa y el 30% (03) indicaron que estos no han contribuido en la mejora de empresa.
13.	¿Tuvo dificultad para devolver el financiamiento adquirido?	De acuerdo al ítem N° 13: El 100% (10) encuestados, un 60% (6) tuvieron dificultad para devolver el financiamiento (préstamo) mientras que un 40%(4) indicaron que no tuvieron ninguna dificultad para devolver el financiamiento adquirido para su negocio.

<p>14. Con el préstamo obtenido ¿Se incrementó las ventas de la empresa?</p>	<p>De acuerdo al ítem N° 14: Del 100% (10) de las mypes encuestados el 60% de (6) afirmaron que con el préstamo obtenido si incrementaron sus ventas, no obstante un 40%(4) manifestó que con el préstamo obtenido no incrementaron sus ventas.</p>
<p>15. ¿Cuál fue la principal causa del aumento de sus ventas?</p>	<p>De acuerdo al ítem N° 15: Del 100 de las mypes encuestadas, el 50% (5) de los encuestados menciono que la principal causa del aumento de ventas es la variedad de productos, asimismo el otro 50% (5) menciono que se debe al buen servicio al cliente.</p>
<p>16. ¿Cuál es el importe promedio mensual de sus ventas?</p>	<p>De acuerdo al ítem N° 16: El 100% (10) de las mypes encuestadas afirmo que el promedio mensual de sus ventas es de S/. 20 000 a más.</p>
<p>17. ¿Según sus ventas qué % representa el costo de sus ventas?</p>	<p>De acuerdo al ítem N° 17: Del 100% de las mypes encuestadas, el 30% (3) indico que el porcentaje que representa el costo total de las ventas es el 60%, y un 70% (7) de los encuestados mencionan que su costo de ventas representa el 70% a más</p>
<p>18. ¿Cuál es el % que representa su rentabilidad?</p>	<p>De acuerdo al ítem N° 18: Del 100% de las mypes encuestadas, el 70% (7) menciono que según su experiencia en el negocio, la rentabilidad en porcentaje representa el 30%, mientras que un 30% indica que el</p>

porcentaje de rentabilidad representa el 40%.

---

20	¿Qué método utiliza para medir la rentabilidad?	De acuerdo al ítem N° 20: El 100% (10) de las mypes encuestadas mencionaron que el método que utilizan para medir la rentabilidad de sus negocios son los índices financieros.
----	---	--

---

**Fuente:** Elaboración propia en base a la aplicación del cuestionario.

**5.1.3 O.E N° 03: Establecer la relación que existe entre el financiamiento y la rentabilidad que mejoran significativamente las posibilidades de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, periodo 2020.**

**CUADRO N° 03**

N°	ITEMS	RESULTADOS
19	¿A qué cree Ud. que se debe los problemas que inciden en su rentabilidad?	De acuerdo al ítem N° 19: Del 100% de las mypes encuestadas, el 40% (4) de los encuestados menciono que el problema que incide en su rentabilidad es la falta de falta de marketing, asimismo que el 30%(3) menciono que el problema que inciden en su rentabilidad la tasa de interés muy elevada, también un 20% (2) mencionan que son los competidores y finalmente un 10% (1) indico que son las bajas ventas mensuales.

**Fuente:** Elaboración propia en base a la aplicación del cuestionario.

## **5.2 Análisis de resultados**

Consecuentemente al procesamiento de datos e interpretación realizada a los gráficos y como sustento se tiene las bases teóricas, así como también los aportes de otros trabajos de investigación que se han citado como antecedentes, se presenta el análisis de resultados vinculados con los objetivos de la investigación sobre micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Morán del distrito de Tumbes, 2020.

### **Respecto al objetivo específico 1**

**Determinar las oportunidades de fuentes del financiamiento que mejoran la rentabilidad de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del distrito de Tumbes, período 2020.**

- a. Del 100% (10) de los encuestados el 60% (04) mencionaron que su local es propio y el 40% (04) dijeron que el local de su negocio es alquilado. (Tabla N° 01), de igual forma del 100% (10) de los encuestados afirman que el número de sus trabajadores que laboran es de 1 a 5 trabajadores. (Tabla N.º 02). También el 100% (10) de los encuestados indicaron que el pago mensual que realizan a sus trabajadores es de 900 a 1200 soles mensual. (Tabla N.º 03). Estos resultados se asemejan a los de Llacsahuache, (2017); quien concluye que la Mype tiene local propio, se dedicada hace 09 años a la venta de productos de ferretería, construcción, pinturas, entre otros, mantiene 05 trabajadores en planilla; La edad del representante oscila entre 41-50 años, su grado de Instrucción es superior universitario.

- b. El 100% (10) de los encuestados afirman que si tienen y han tenido necesidad de financiamiento (Tabla N.º 04), de igual manera El 70% (07) afirman que para financiarse han recorrido a las municipales de créditos y el 30% (03) a recurrido a los bancos (Tabla N.º 05), Asimismo Del 100% de los encuestados, el 60.0% (6) indican que el monto solicitado del préstamo es de s/. 5 000 a S/. 8 000 soles, mientras que un 40.00% (4) mencionan que el monto solicitado es de S/. 10 000 a más. (Tabla N.º 07) Asimismo estos resultados se asemejan a los de Yacila, (2018); Obteniendo los siguientes resultados: Respecto al financiamiento: el financiamiento que obtuvo fue a través de las cajas de ahorro y crédito, a corto y largo plazo invirtieron sus créditos en capital de trabajo. Así también se asemejan a los de Espinosa (2018) estos acceden a las fuentes de financiamiento internas y externas, así también tenemos que el disminuir sus gastos generales e introducir nuevos productos al mercado pero sin excederse en los stocks.”
- c. Del 100% de los encuestados, el 30% (3) afirman que el plazo solicitado de su préstamo es de 12 meses, mientras que un 40%(4) mencionaron que el plazo es de 24 meses, finalmente el 30%(3) respondieron que su crédito solicitado para su negocio es de 36 meses a más. (Tabla N.º 08), asimismo Del 100% de las mypes encuestados, el 50.00% (5) afirman que el problema para la aprobación de su crédito es la tasa de interés muy alta, mientras que el 50%(5) indicaron que es el mucho papeleo. (Tabla N.º 09), Del 100 de las mypes encuestadas, el 30.00% (3) de los encuestados respondieron que la tasa de interés es de 9%-20% anual, un 30.00% (3) indican que la tasa de interés es entre 21%-30% anual, finalmente un 40%(4) menciono que la tasa de interés que le financiaron su préstamo es de 41% anual a más. (Tabla N.º 10)

Mener (2017) El autor llegó a la conclusión que los problemas de financiamiento son:, alta tasa de interés activa, información asimétrica y selección adversa y oligopolios en el mercado bancario.

### **Respecto al objetivo específico 2**

**Identificar las oportunidades de los tipos del financiamiento que mejoran la rentabilidad de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo**

**Moran del Distrito de Tumbes, periodo 2020.**

- a. Del 100% de los encuestados, el 60.0% (6) indican que el monto solicitado del préstamo es de s/. 5 000 a S/. 8 000 soles, mientras que un 40.00% (4) mencionan que el monto solicitado es de S/. 10 000 a más. (Tabla N.º 07) Asimismo Del 100 de las mypes encuestadas, el 30% (3) de los encuestados respondieron que el pago importe promedio de su cuota esta entre S/.401 y S/.500, finalmente un 70% (7) menciono que paga entre S/.501 a más. (Tabla N.º 12), estos resultados son parecidos a los de Coz, (2019); quien concluye que la mayoría de las microempresas necesitan de financiamiento para su rentabilidad, calidad y mejoramiento en las empresas ferreteras.”
- b. El 100% (10) encuestados, indicaron que 60% (6) tuvieron dificultad para devolver el financiamiento y 40%(4) indicaron que no tuvieron ninguna dificultad para devolver el financiamiento adquirido para su negocio. (Tabla N.º 13) estos resultados no son parecidos a nuestros antecedentes.

### **Respecto al objetivo específico 3**

**Establecer la relación que existe entre el financiamiento y la rentabilidad que mejoran significativamente las posibilidades de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, periodo 2020.**

- a. El 70% (07) de los encuestados afirman que el financiamiento contribuye en la mejora de la empresa y el 30% (03) indicaron que no contribuyen en la mejora de empresa. (Tabla N.º 06), Asimismo el 100 de las mypes encuestadas, el 80% (8) de los encuestados afirmaron que el financiamiento solicitado lo invirtieron en capital de trabajo, asimismo el 10% (1) invirtió en mejoramiento del local, finalmente los encuestados mencionan que el 10%(1) lo invirtieron en compra de activos fijos. (Tabla N.º 11). estos resultados son parecidos a los de Palacios, (2018); para la obtención de los siguientes conclusiones que la ferretería en estudio financia sus actividades comerciales a través de créditos en Bancos Financieros, con historial positivo, invirtiendo su capital en mercaderías para poder satisfacer el mercado local. En el Perú, las fuentes de financiamiento presentan una gran variedad a las que puede acceder las Mype para financiar su capital de trabajo y sus actividades comerciales.”. Asimismo se asemejan a los de Coz, (2019); obtuvo el siguiente resultado: El 93% de los encuestados consideran que el financiamiento inciden en la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el ámbito del distrito de Ayacucho.
- b. El 100% (10) encuestados el 60% de (6) afirmaron que con el préstamo obtenido si incrementaron y 40%(4) manifestaron que con el préstamo obtenido no incrementaron sus ventas. (Tabla N.º 14), además el 100 de las mypes encuestadas, el 50% (5) de los encuestados menciona que la principal causa del aumento de ventas es la variedad de, finalmente un 50% (5) menciona es el buen servicio al cliente. (Tabla N.º 15), asimismo el 100% (10) de los encuestados afirmo que el promedio mensual

de las ventas es de S/. 20 000 a más. (Tabla N.º 16), estos resultados son parecidos a los de Rojas (2018); encontrando los siguientes conclusiones: Respecto al objetivo específico 1 se determinó que el sistema de financiamiento que otorga las entidades financieras en Ayacucho a las empresas ferreteras incide en la rentabilidad ya que permite implementar los activos que requiere e incrementar sus utilidades; respecto al objetivo específico 2: se determinó que el sistema de innovación que otorga las entidades financieras en Ayacucho a las empresas ferreteras incide en la rentabilidad ya que permite mejorar la organización, superará las expectativas de los clientes, con la finalidad de incrementar su competitividad y rentabilidad. Finalmente, se concluye que tanto el resultado del objetivo específico 1 y el resultado del objetivo específico 2, coinciden que el sistema de financiamiento y la innovación que otorga las entidades financieras de Ayacucho a las empresas ferreteras inciden en la rentabilidad, porque permite generar la rentabilidad y la estabilidad en el mercado competitivo.”. También se asemejan a los de Yacila, (2018); Obteniendo los siguientes resultados: Respecto a la rentabilidad: El propietario encuestado manifiesta que el financiamiento si mejora la rentabilidad de su empresa, asimismo manifiesta que la rentabilidad de su empresa si ha mejorado en los dos últimos años. De los resultados obtenidos se concluye que la participación del financiamiento en las micro y pequeña empresa caso ferretería la económica zarumilla E.I.R.L.2017. Participa mejorando la capacidad e utilidad de los recursos económicos permitiendo obtener liquidez para continuar sus actividades.”

- c. Del 100 de las mypes encuestadas, el 30% (3) indico que el porcentaje que representa el costo total de las ventas es el 60%, y un 70% (7) de los encuestados mencionan que este porcentaje representa el 70% a más. (Tabla N.º 17), asimismo del 100 de las mypes encuestadas, el 70% (7) menciono que según su experiencia en el negocio, el

porcentaje que representa es el 30%, mientras que un 30% indica que este porcentaje que representa su rentabilidad es el 40%. (Tabla N.º 18), También el 100 de las mypes encuestadas, el 40% (4) de los encuestados menciono que el problema que incide en su rentabilidad es la falta de falta de marketing, asimismo que el 30%(3) menciono que el problema que inciden en su rentabilidad la tasa de interés muy elevada, también un 20% (2) los competidores y finalmente un 10% (1) indico que bajas ventas mensuales. (Tabla N.º 19) y Finalmente el 100% (10) de los encuestados menciono que el método que utilizan para medir la rentabilidad de sus negocios los índices financieros. (Tabla N.º 20), estos resultados son parecidos a los Osorez, (2017) tiene como conclusiones lo siguiente: De acuerdo al cuadro y gráfico 1, el 93% de los encuestados consideran que el financiamiento eficiente incide en la gestión de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el distrito de Huancayo. De acuerdo al cuadro y gráfico 2, el 97% de los encuestados consideran que las decisiones gerenciales adecuadas inciden para una gestión eficiente de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el distrito de Huancayo. Asimismo también se asemejan a los de Avalos, (2018): concluyó que los precios competitivos la empresa ofrece precios superiores a la competencia, debido a que la empresa ofrece precios altos para crear conciencia en el cliente de que los productos son de mejor calidad y además la empresa aplica márgenes de ganancia considerables para la venta de sus productos.”

## VI. Conclusiones

### En relación al objetivo general

**“Describir las oportunidades del financiamiento y rentabilidad que mejoran significativamente las posibilidades de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, período 2020”.**

En conclusión, las oportunidades de financiamiento influyen de manera directa en la rentabilidad de las empresas, en este panorama podemos afirmar que el nivel de rentabilidad de las empresa en estudio se han elevado como resultado del financiamiento adquirido, que fue obtenido de las entidades financieras, en consecuencia le ha permitido obtener utilidades y a la vez rentabilidad para la empresa y de esta manera poder seguir creciendo para alcanzar los objetivos deseados.

**Respecto al objetivo específico 1: Determinar las oportunidades de fuentes del financiamiento que mejoran la rentabilidad de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del distrito de Tumbes, período 2020.**

Las Empresas en general afrontan una serie de dificultades para iniciar u operar sus actividades, sobre todo en sus recursos económicos que es un elemento primordial para realizar sus operaciones y así poder cumplir con sus objetivos propuestos, es así que las mypes tienen local propio y otros lo tienen alquilado, teniendo un número de sus trabajadores que laboran

entre uno a cinco pagándoles de 900 a 1200 soles mensual, es así que tienen la necesidad de financiamiento, y que para financiarse recorren a las municipales de créditos y a los bancos, obteniendo préstamos entre S/. 5 000 a S/. 10 000 a más, A un plazo de 12 meses hasta 36, concluyendo que el problema para la aprobación de su crédito es la tasa de interés muy alta y mucho papeleo, obteniendo a unas tasas de 9%-41% anual.

**Respecto al objetivo específico 2: Identificar las oportunidades de los tipos del financiamiento que mejoran la rentabilidad de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, periodo 2020.**

Las mypes de acuerdo al tipo de financiamiento optaron por los créditos de cajas municipales de ahorro y crédito pagando una cuota promedio de S/.401 y S/.501 a más. Teniendo dificultades para devolver el financiamiento.

**Respecto al objetivo específico 3: Establecer la relación que existe entre el financiamiento y la rentabilidad que mejoran significativamente las posibilidades de las MYPES del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, periodo 2020.**

De acuerdo a la encuesta queda claro que Las MYPES en estudio para poder crecer y desarrollarse empresarialmente requiere de financiamiento tanto de entidades financieras u otros, contribuyendo en la mejora de la empresa, invirtiendo este financiamiento en capital de trabajo, en mejoramiento del local, y en compra de activos fijos. En conclusión este préstamo obtenido incrementaron sus ventas, en un promedio de S/. 20,000 a más, ya que la causa de este aumento de ventas es la variedad de productos, y el buen servicio al cliente.

Finalmente, las mypes encuestadas, tuvieron con este financiamiento un costo total de las ventas entre 60% y 70%, representando este costo una rentabilidad del 40% a 30%. Asimismo

se identifica que el problema que incide en su rentabilidad es la falta de falta de marketing, y la tasa de interés muy elevada, en menor porcentaje los competidores y bajas ventas mensuales, evaluando la rentabilidad de sus negocios con los índices financieros.

## Referencias Bibliográficas

Aquino, (2016); tesis “El financiamiento, la gestión empresarial eficiente y el impacto en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el distrito de Huancayo, 2016” Disponible en:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8401/FINANCIAMIENTO\\_GESTION\\_AQUINO\\_VILLALVA\\_GESENIA\\_INES.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8401/FINANCIAMIENTO_GESTION_AQUINO_VILLALVA_GESENIA_INES.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Arias & Carrillo (2016) en su tesis denominada “Análisis de las Fuentes de Financiamiento para Microcréditos de Las Instituciones Públicas y Privadas para las Pymes en el Ecuador”. Disponible en:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/13944/1/AN%20ANÁLISIS%20DE%20LAS%20FUENTES%20DE%20FINANCIAMIENTO%20PARA%20MICROCRÉDITOS%20DE%20LAS%20INSTITUCIONES%20PÚBLICAS%20Y%20PRIVADAS.pdf>

Avalos, (2018) “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las mypes del sector Comercio rubro ferreterías en el centro de Tumbes, 2018.” Disponible en:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8758>

Carrasco (2015). Tesis “Contabilidad y Auditoría; 10 denominada “El Control de

Inventarios y la Rentabilidad de la Ferretería Ferro Metal el Ingeniero, localizada Ambato-Ecuador” Disponible en:

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/17840/1/T3124i.pdf>

Ccaccya, 2015. El Control De Inventario Y La Rentabilidad De La Empresa Unipersonal De Consumo Masivo - Lima 2017 Para Optar El Titulo De Contador Público. disponible en:

<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/546/EL%20CONTR%20OL%20DE%20INVENTARIO%20Y%20LA%20RENTABILIDAD%20DE%20LA%20EMPRESA%20UNIPERSONAL%20DE%20CONSUMO%20MASIVO%20-%20LIMA%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Coz, Carlos (2019); en su investigación denominada “Financiamiento y capacitación factores que inciden en el crecimiento y calidad de las empresas ferreteras en el distrito de Ayacucho, 2019” Disponible en:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10915>

Chapilliquen, Daniel (2017); “Características del impuesto a la renta y su influencia en la liquidez de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro Ferreterías del distrito de Tumbes, 2015.”. Disponibl<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/2557>

Espinosa (2018) tesis, “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las mypes del sector comercio rubro ferreterías del Distrito de Tumbes, año 2017”.

Disponible en

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5264/FINANCIAMIENTO\\_RENTABILIDAD\\_ESPINOZA\\_MORAN\\_DEYVI\\_JOEL.pdf?seque](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5264/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_ESPINOZA_MORAN_DEYVI_JOEL.pdf?seque)

Llacsahuache, Emily (2017) “Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las mypes en el Perú: caso ferretería “Varsapi s.r.l”. Tumbes - 2016.” Disponible en:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/13362>

López & Farías (2018) en sus tesis denominado “Análisis de alternativas de financiamiento para las Pymes del sector Comercial e Industrial de Guayaquil”. Disponible en:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/30172/1/Tesis-Alternativas%20de%20Financiamiento%20para%20PYMES.pdf>

Mener (2017) en su tesis de grado titulada: *La banca privada como medio de financiamiento para las pymes de El Alto 2004 al 2014*, realizado en La Paz Bolivia.

Disponible en:

<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/12856/T-2285.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Osorez, Aurora (2017) con su tesis “Financiamiento y las decisiones gerenciales que inciden para la gestión eficiente de las pequeñas y medianas empresas ferreteras en el distrito de huancayo, 2017” Disponible en:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8436>

Palacios, Robert (2018); en su Tesis titulada “Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas ferreteras en el Perú.” (Morropón), Disponible en:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5831>

Proaño (2014). Tesis “Comercialización y Rentabilidad De Ferreterías en Materiales para la Construcción: Hierro, Cemento, Zinc y Su Relación con la Economía del Cantón la Maná Provincia De Cotopaxi Año 2011, ejecutado en la Ciudad de Mana – Ecuador”. Disponible en:

<http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/3389/1/T-UTC-00656.pdf>

Rojas, Alex (2018); en su tesis para obtener el título profesional de contador público llamada “El financiamiento, la innovación y su influencia en la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas ferreteras del distrito de Ayacucho, 2017” Disponible en:

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/8454>

Yacila, (2018); tesis “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso ferretería “la económica Zarumilla” E.I.R.L de la provincia de Zarumilla, 2017”. Disponible en:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6322/FINANCIAMIENTO\\_RENTABILIDAD\\_YACILA\\_CRUZ\\_FELIX\\_SANTOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/6322/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_YACILA_CRUZ_FELIX_SANTOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**Anexo N° 1. Instrumento de recolección de datos: Encuesta**



**CUESTIONARIO DE PREGUNTAS UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS  
ÁNGELES DE CHIMBOTE  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**Cuestionario aplicado al dueño o representante de las empresa Ferreteras de Andrés Araujo Moran” del distrito de Tumbes – 2020”.**

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado: **“Propuesta de mejora del financiamiento y la Rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías del centro poblado Andrés Araujo morán del distrito de Tumbes, 2020”.**

Encuestador: Inés Ramírez Peña

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación; por ello, se le agradece por su valiosa colaboración.

**NOTA:** Marcar con una X la alternativa que más se ajusten a su realidad.

## I. RESPECTO AL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPE

1. ¿El Local de la Empresa es?

- a. Propio ( )
- b. Alquilado ( )
- c. Prestado ( )

2. ¿Cuántos trabajadores laboran en su empresa?

- a). 01 -05 ( )
- b). 06-10 ( )
- c). 11- 15 ( )
- d). 16 – 20 ( )
- e). Más de 20 ( )

3. ¿Cuánto paga mensual a su personal?

- a) 900 – 1200 soles.
- b) 1200 – 1500 soles.
- c) 1500 – 1800 soles.
- d) 2000 – a más soles

4. ¿Solicitó algún tipo de financiamiento?

- a. Si ( )
- b. No ( )

5. ¿Qué fuentes de financiamiento utilizó?

- a) Caja municipal de crédito ( )
- b) Bancos ( )
- c) Otros : .....

6. ¿Cree usted que los tipos de financiamiento que usted realizó contribuyen en la mejora de las posibilidades de su empresa?

- Si
- No

07. De acuerdo a su último préstamo solicitado ¿Qué importe solicitó?

- a). De S/1 000 a S/3 000 ( )
- b). De S/3 000 a S/ 5 000 ( )
- c). De S/5 000 a S/8 000 ( )
- d). De S/8 000 a S/10 000 ( )
- e). De S/10 000 a más ( )

08. ¿En qué tiempo solicitó el financiamiento de su préstamo?

- a) 6 meses.
- b) 12 meses.
- c) 18 meses.
- d) 24 meses.
- e) 36 meses a más.

09. Al solicitar su préstamo que problemas ha tenido para su aprobación?

- f) Tasa de interés es alta.
- g) Montos otorgados son mínimos.
- h) Plazo no era el adecuado.
- i) Mucho papeleo.
- j) Informalidad.

10. ¿La TEA (tasa efectiva anual) con que le financiaron su préstamo fue de?

- a) 9% - 20% Anual.
- b) 21% a 30% Anual.
- c) 31% a 40% Anual.
- d) 41% anual a más.

11. ¿En qué invirtió el financiamiento adquirido?

- a). Capital de trabajo
- b). Mejoramiento y/o ampliación del local
- c). Activos fijos
- d). Gastos personales
- e) Otro: \_\_\_\_\_

12. ¿Cuánto es el importe de cada cuota de su préstamo?

- a) 100 – 200 soles.
- b) 201 – 300 soles.
- c) 301 – 400 soles.
- d) 401 – 500 soles.
- d) 501 – a más soles.

13. ¿Tuvo dificultad para devolver el financiamiento adquirido?

- a). Si
- b). No

## II. RESPECTO A LA RENTABILIDAD DE LA MYPE

14. Con el préstamo obtenido ¿Se incrementó las ventas de la empresa?

a). Si ( )

b). No ( )

15. ¿Cuál fue la principal causa del aumento de sus ventas?

a). calidad de productos ( )

b). variedad de productos ( )

c). Precios bajos ( )

d) Buen servicio al Cliente ( )

16. ¿Cuál es el importe promedio mensual de sus ventas?

a) S/. 1 000 a S/. 5000.

b) S/. 5,000 a S/. 10,000.

c) S/. 10,000 a S/. 15,000.

d) S/. 15,000 a S/. 20,000.

e) S/. 20,000 a más.

17. ¿Según sus ventas qué % representa el costo de sus ventas?

a) 30%

b) 40%

c) 50%

d) 60%

e) 70% a más.

18. ¿Cuál es el % que representa su rentabilidad?

a) 10%

b) 20%

c) 30%

d) 40%

e) 50%

19. ¿A qué cree Ud. que se debe los problemas que inciden en su rentabilidad?

a. Tasa de interés muy elevada.

b. Competidores.

c. Bajas ventas mensuales.

b) Falta variedad de productos.

e) Falta de marketing y publicidad.

f) Costos muy altos.

20. ¿Qué método utiliza para medir la rentabilidad?

a. Índices Financieros

b. EE.FF

c. ROI

d. ROA

e. EVA

f. N.A

**Gracias.**

Anexo 02. Evidencia de la aplicación de la encuesta.



**Anexo N° 03 – Propuesta de mejora para la solución al problema**

**“PLAN DE MARKETING PARA MYPE VENTA DE  
PRODUCTOS DE FERRETERIAS “EL ACERO”  
CON LA APLICACIÓN DEL**

**Marketing Mix**



**Autor: Bach. Inés Ramírez Peña.**

**Tumbes -2021**

## **I. Introducción**

Las empresas ferreteras, dedicadas a la venta de artículos de ferretería y materiales de construcción

La perspectiva al elaborar el plan de mercado es llegar al consumidor de manera eficiente mediante el análisis de los productos que satisfacen de mejor manera las necesidades de los mismos con el fin de posicionarse y mantenerse en el mercado, pero no utilizan estrategias para promocionar sus productos, y menos para incrementar sus ventas, que deben estar orientadas más que a vender artículos; a lograr y mantener la fidelidad de los clientes y lograr elevar la rentabilidad

El presente plan de mejora, está diseñado darle la solución al problema encontrado de las mypes en estudio, que afectan la rentabilidad, poniendo especial atención al principal problema indicado que son las bajas ventas, sin dejar de lado los demás factores mencionados como competencia, publicidad, a fin de mejorar la rentabilidad.

Este plan establece las pautas a seguir para darle a conocer al cliente, lo que ofrece el negocio y cuáles son los productos, así como ofertas, promociones de los productos. Por otro lado, este plan de marketing servirá para incrementar las ventas y ser una mype competitiva, y por otro nos permitirá elevar la rentabilidad, la comunicación de las ventajas y características de la marca o producto al público, a fin de convertirlo en nuestro cliente.

Este plan de mejora se debe tener en cuenta ya que es real, objetivo, práctico y flexible ya está diseñado para poder ser revisado cada temporada, o año y sufrir modificaciones para adaptarse a los cambios que surjan en el mercado llegando a ser competitivo en este rubro comercial. Se realizará el seguimiento a su desarrollo o aplicación en todo momento.

### **Descripción de la Mype.**

➤ **Rubro:**

Venta de artículos y material de construcción.

➤ **Tipo de empresa:**

Micro y Pequeña Empresa (MYPE).

➤ **Ubicación:**

Centro Poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes.

➤ **Clientes:**

Constructoras, albañiles y público del Centro Poblado Andrés Araujo Moran.

## **II. Descripción de la problemática actual**

Las mypes comerciales dedicadas a la comercialización rubro de venta de artículos y materiales de construcción en la ciudad de Tumbes de la Urbanización Andrés Araujo Moran como la mayoría de las empresas, son vulneradas con la falta de recursos financieros para solventar el capital de trabajo, para tener variedad de productos, por ello, muchas de ellas recurren al

financiamiento externo como las cajas de ahorro y crédito y los bancos, donde en este año 2020, indicando que el problema se debe a las disminuciones de sus ventas, falta de publicidad, competencia y tasa de interés alta.

Esto nos permitió elaborar la propuesta de solución al problema planteado que servirá como solución a las mypes estudiadas con el objetivo de elevar la rentabilidad a través del incremento mensual de sus ventas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio en sus rubros de ferreterías, ubicadas en la urbanización Andrés Araujo Moran del distrito de Tumbes.

### **III. Descripción de la propuesta.**

La propuesta se desarrollará en primera instancia con la determinación del objetivo, determinando así la visión y misión así como el análisis de la competencia, de esta manera establecer tácticas para una mejor ejecución de esta propuesta. Asimismo se determinan los objetivos estratégicos desde el punto de vista del marketing mix, porque se evidencio que estas mypes necesitan de herramientas publicitarias y promocionales, que potencien su participación en el mercado y ser competitivas, de esta manera llegar a nuestros clientes del sector y sus alrededores, con la finalidad de poder llegar y alcanzar nuestro objetivo en un corto plazo (mínimo 4 meses a 6 meses como máximo).

### **IV. Objetivo:**

Incrementar las ventas mensuales de las Mype en estudio, ofreciendo siempre el mejor mix de precios, oferta y excelencia en la calidad del producto.

**V. Misión:**

Proveer artículos y materiales de construcción de calidad y garantía, ofreciendo el mejor precio y promoción que satisfagan a sus clientes.

**VI. Visión:**

Ser una empresa con liderazgo comercial del sector, en cuanto a la venta de artículos de ferretería en general.

**VII. Competencia:**

Dentro de los competidores el análisis está basado en la ubicación y estableciendo precios competitivos o un menor % que brindan cada una de las mypes, que además están ubicadas en distintos asentamientos humanos y que dentro de estos se encuentran diversos clientes albañiles constructoras, asegurando el mayor número de clientes.

**VIII. Estrategias desde el punto de vista del Marketing Mix**

- Aplicación de medios publicitarios de mayor trascendencia, para fortalecer la participación de la Mype en estudio en el mercado, estableciendo campañas de promociones y publicidad, mediante el volanteo.
- Dar a conocer mediante redes sociales (Facebook, Wasap) las diferentes promociones de nuestros productos, establecer política de precios competitivos para que el cliente pueda realizar sus compras acorde a su capacidad económica adquisitiva.

- Promocionar a los clientes una variedad de productos ofreciéndoles la mejor atención personalizada y técnica, creando relaciones amigables con los clientes.

## **IX. Bases Teóricas del Marketing Mix**

### **9.1 Enfoque del Marketing Mix**

Desarrollada por el profesor estadounidense E. Jerome McCarthy, (1960) la teoría del Marketing Mix pronto caló en las escuelas de marketing por su fácil memorización y su contenido práctico. El Marketing Mix se compone de **cuatro piezas que componen la imagen de un negocio con éxito**: producto, precio, plaza y promoción. Esta teoría aún se sigue aplicando en la práctica para conseguir los objetivos comerciales.

Sin duda a lo largo de la corta historia del marketing, el concepto de marketing mix ha constituido uno de los aspectos de mayor importancia en el ámbito estratégico y táctico. En mi opinión sigue siendo un instrumento básico e imprescindible y debe seguir estando en el corazón de toda estrategia de marketing. Sin embargo, es necesario dotar a las 4Ps de un enfoque actual, de un enfoque basado en el protagonista, el cliente.

Preguntas como: ¿Qué productos lanzaré al mercado?, ¿a qué precio?, ¿dónde lo vendo? o ¿cómo los promociono? Son preguntas que se planteaban en el siglo XX, donde el producto era el protagonista del marketing y su enfoque estaba basado en la oferta. En la actualidad el cliente dicta las normas, por tanto la

perspectiva del marketing mix se tiene que plantear desde la óptica de la demanda.

El nuevo enfoque replantea las preguntas a: ¿Qué necesidades tienen mis clientes?, ¿Cuál es el coste de satisfacción de nuestros clientes y que retorno me dará dicha satisfacción?, ¿Qué canales de distribución son más convenientes para nuestros clientes? ¿Cómo y en que medios lo comunico? En la actualidad ya no es viable fabricar el producto para posteriormente intentar venderlo, sino que es necesario estudiar las necesidades de nuestros clientes y desarrollar el producto para ellos. Este enfoque además, plantea conocer el coste de satisfacción de nuestros clientes y calcular el retorno vía precio. En la distribución, la comodidad de compra del cliente es un punto clave, por ello es necesario elegir los canales de distribución en base a sus preferencias. En cuanto a la comunicación el cliente ya no quiere que sea una vía de un único sentido, dónde los clientes simplemente se limitaban a escuchar. En un entorno social y digital como es el actual, los clientes forman parte de una vía de doble sentido, dónde son parte activa de una conversación con las marcas. En definitiva, toda empresa del siglo XXI que desee tener éxito, tiene que plantearse trabajar en un escenario dónde el cliente cobre protagonismo ante el producto, en las estrategias de marketing mix. (Espinoza, R. 2014).

## **9.2 Definición del Marketing Mix.**

Según Borden, N. (1950), cuando hablamos del marketing nos referimos a una disciplina que estudia y/o analiza el comportamiento del mercado y los consumidores, para así lograr realizar acciones que permitan un mayor número de ventas y de usuarios fidelizados con la marca.

El marketing mix es un análisis de estrategia de aspectos internos y desarrollados comúnmente por las empresas, cuyo objetivo de aplicar este análisis es conocer la situación de la empresa y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior. Esta estrategia es también conocida como las "4Ps", dado que en su origen anglosajón se conoce como: price (precio), product (producto), place (distribución) y promotion (promoción).

### **9.3 Variables del Marketing Mix.**

El objetivo de estas variables es aplicar este análisis es conocer la situación de la empresa y tomar las decisiones estratégicas sobre las 4Ps del marketing: producto, precio, plaza y promoción. Estos 4 elementos deben trabajar en conjunto y deben ser coherentes entre sí, para conseguir sus objetivos comerciales. Pero para conseguir el éxito es preciso que estas cuatro variables trabajen de forma coordinada en una estrategia empresarial conjunta.

- ✓ **Producto.** El producto en sí está diseñado para satisfacer una determinada necesidad. Pero además de su utilidad y pertinencia se tendrán en cuenta también factores como el embalaje, la garantía o la atención al cliente.

- ✓ **Precio.** El precio es una variable esencial para los consumidores y para la empresa, puesto que es su fuente de ingresos. La cuestión es determinar un precio que los consumidores estén dispuestos a pagar y que reporte beneficios al negocio. En este punto habrá que tener en cuenta factores como la demanda o la competencia en el sector de nuestro producto o servicio.
  
- ✓ **Plaza.** La distribución es el proceso por el cual el producto llega hasta sus potenciales compradores. La empresa deberá escoger una estrategia de distribución como la intensiva, con el mayor número de puntos de venta posible; la selectiva, los intermediarios se seleccionan y los puntos de venta no son tantos como en la extensiva; o la exclusiva, cuando se quiere diferenciar el producto.
  
- ✓ **Promoción.** La publicidad, las relaciones públicas o la localización del producto son factores que favorecen la promoción, es decir, las acciones que la empresa lleva a cabo para darlo a conocer y aumentar sus ventas.

**X. Acciones a realizar periódicamente:**

- ✓ **Elaborar un balance del desempeño tu empresa.** Antes de tomar cualquier decisión, revisa con detenimiento cómo has hecho las cosas: procedimientos de atención al usuario, actualidad y variedad de stock, cumplimiento de

expectativas, política de marketing, instrucción del personal, servicio post venta, etc. La idea es tener claro aciertos y desaciertos, de modo estar en condiciones de identificar con claridad cómo mejorar tu actuación en lo sucesivo.

- ✓ **Échale un vistazo a la competencia.** Toma nota de la actividad de tus competidores: cómo atienden a sus visitantes, qué ofrecen, qué los caracteriza, cómo promueven sus productos y servicios y por qué vías, de qué se valen para buscar clientes. A la luz de estas averiguaciones se podrá reconocer rasgos distintivos propios, afianzarlos y sacarles el máximo provecho.
  
- ✓ **Gestiona tu registro de contactos.** Elevar las ventas suele relacionarse con la llegada de nuevos prospectos, lo cual no es estrictamente así. También están los que alguna vez acudieron a tu negocio a comprar o solo para darse una vuelta. Asimismo, los clientes fieles, en quienes de hecho reside gran parte de las oportunidades de vender más, porque te conocen y los conoces. Llevar un registro de contactos (clientes, prospectos, visitantes esporádicos, curiosos) resulta fundamental para definir una estrategia de marketing y ventas, pues te aporta las señas (nombre, email, teléfono, oficio, redes sociales que usan, etc.) que hacen posible identificarlos bien y dirigirte a cada cual según sus intereses. Si no lo tienes, empieza a elaborarlo; si lo tienes, clasifica tus registros, y busca atender a cada segmento en función de sus motivaciones particulares.

## **XI. Cómo aplicar el Marketing Mix en las Mypes del rubro.**

Este Plan de acción prioriza las iniciativas más importantes para cumplir con el objetivo comercial, se constituye como una especie de guía que brinda una estructura a la hora de llevar a cabo un proyecto, es la parte donde el plan se torna operativo, en esta fase ayuda a ejecutar las estrategias de marketing para lograr los objetivos establecidos. Acciones a ejecutar:

- **Acciones sobre productos:** que productos tengo a promocionar, teniendo en cuenta calidad, marca o productos.

### **Estrategias:**

- ✓ Brindar la mejor asesoría técnica al cliente al momento de realizar la compra.
  - ✓ Estar capacitado en cuanto al manejo de los artículos y materiales que ofrece la ferretería, atención al cliente.
  - ✓ Garantía de los productos.
  - ✓ Ofrecer un stock variado de productos.
- **Acciones sobre precios:** cambios de precios, descuentos, ofertas, teniendo en cuenta a los ofrecidos por nuestra competencia, diferenciándonos también de este modo. El **precio** también debe ser puesto de tal manera que influya de una manera importante en la decisión de compra del consumidor. Debe estar acorde a su precio de mercado o un % menor al de la competencia sin afectar su costo

y rentabilidad. Esta variable es fácil de modificar que el resto y está sujeta en gran medida a la oferta y a la demanda.

Definiendo el precio de los diversos artículos y producción de construcción, permitirán realizar las estrategias adecuadas, ya que permitirá definir a nuestros clientes, reflejando el valor que tiene el producto hacia ellos que son nuestros consumidores.

### **Estrategias**

- Artículos y materiales de construcción a precios competitivos.
- Precios especiales para artículos stockeados.
- Precios en los artículos varían según volumen.
- **Acciones sobre plaza:** aumentar la fuerza de ventas, diferenciándonos adoptando estrategias para hacer llegar a los clientes los productos donde los soliciten ya sea por teléfono hacia sus domicilios, la otra forma es desde nuestro propio local comercial que es dado a conocer mediante las estrategias implementadas.

En síntesis:

- ✓ Ubicación del local comercial.
- ✓ Servicio de entrega de artículos y materiales a domicilio del sector.
- ✓ Pedidos de artículos y material por teléfono.

- **Acciones sobre Promoción:** Debemos valernos de la publicidad, relaciones públicas, que nos brinda el marketing mix por volanteo (entregando afiches volantes), y promocionando por redes sociales (Facebook, Wasap).

Además la venta personal, la aparición en medios de comunicación y, en definitiva, todo aquello que tenga que ver con la comunicación de esta mype hacia el consumidor. Esta es la CLAVE de la importancia de la comunicación y la promoción. Debemos tener claro que el comunicar, informar y persuadir al cliente sobre la mype del rubro mencionado, sobre los artículos y materiales y sus ofertas son los pilares básicos de la promoción.

Como medio de comunicación se empleará la campaña publicitaria de los productos será por volanteo y afiches cubriendo el local, esto logrará captar la atención del cliente.

Se hará perifoneo en las avenidas del sector para así poder informar a todas las personas sobre las promociones de los productos de ventas de artículos y materiales de construcción para viviendas y otros.

Además, como medio de presentar la imagen del negocio se hará uso de la Tarjeta de presentación.

## **XII. Ejemplo de aplicación del marketing mix**

- **OBJETIVO ESPECIFICO ESTRATEGICO N° 01.**

Aplicación de medios publicitarios de mayor trascendencia, para fortalecer la participación de la mype en estudio en el mercado, estableciendo campañas de promociones y publicidad, mediante el volanteo.

✓ **PROBLEMA:**

De acuerdo a lo observado de las mypes ubicadas en el rubro comercial de ferreterías, se ha establecido que las mypes no cuentan con una campaña agresiva de publicidad ni promociones, a pesar clientes en masa en diversos sectores de la localidad, y considerando una fuerte competencia de productos de similares características de artículos y materiales ; todo ello deriva en una disminución de sus ventas, reducción de cuota de participación en el mercado, por lo que las mypes, deberían implementar estrategias de publicidad y promoción agresiva, que le permita consolidarse y posicionarse como líder en el mercado en la venta de artículos y materiales de construcción.

✓ **META:**

Ampliar la participación de la mype en el mercado, para alcanzar competitividad y liderazgo en la venta de artículos y materiales de construcción en el Centro Poblado de Andrés Araujo Moran.

✓ **ESTRATEGIAS:**

La estrategia publicitaria para una mype del sector y rubro mencionado, estará enfocada en el posicionamiento de la calidad y precio en el mercado local, que se perennice en la memoria de los clientes, y se considere como único representante.

La estrategia del texto publicitario, será el mensaje (volante o afiche) que se distribuirá de forma convincente y que se darán las ventajas y adquisición del producto que se ofrece, permitiendo hacer llegar al cliente nuestras promociones para atraer la atención de ellos, rompiendo el nivel de ruido de la competencia, logrando competitividad, expandiendo la participación en el mercado y atrayendo más clientes a fin de lograr la mayor cantidad de ventas, permitiendo lograr el objetivo estratégico.

✓ **POLITICAS:**

La Mype, usará los medios escritos (volantes y afiches) y visuales (gigantografía, precios y ofertas en pizarra acrílica) a fin de comunicar al cliente para hacer conocer sus productos, precios en ofertas y promociones.

✓ **ACTIVIDADES:**

- Actualizar su stock de inventarios de productos.
- Establecer los medios impresos como volantes, afiches, para promocionar sus productos
- Promocionar el stock de artículos más antiguos y de menor salida, así como el que más utilidad representa con uno de menor utilidad.

✓ **TIEMPO:**

Mínimo de 2 a 4 meses, se espera resultados concretos.

✓ **RESPONSABLE:**

Propietario (a) de la MYPE

**RESULTADOS ESPERADOS:**

- ✓ Informar sobre la mype y sus artículos y materiales que ofrece, así como de los precios, logrando ser competitivas.
- ✓ Persuadir de que ofrecemos el mejor precio y calidad de productos.
- ✓ Crear una buena imagen de la mype.
- ✓ Ser líder en el mercado de venta de artículos y materiales de construcción de la localidad.
- ✓ **FUENTE DE FINANCIAMIENTO:** Serán asumidos por la mype.

#### **RECURSOS DE INVERSION**

<b>CANTIDAD</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>PRESUPUESTO</b>
5000	Volantes/afiches de 15cm x 10cm	150.00
01	Pizarra acrílica de 1m x 0.50	35.00
500	Tarjeta de presentación	150.00
	<b>Total Recursos Propios</b>	335.00

IMÁGENES A USAR COMO PUBLICIDAD

## VENTA DE ARTICULOS Y MATERIALES DE CONSTRUCCION EN FERRETERIA

“EL ACERO”



AV. PRINCIPAL BELADUNDE TERRI (FRENTE AL HOTEL MANANTIAL )

**OFERTA DE LA SEMANA**



**POR LA COMPRA DE DOS BALDES PINTURA LATEX, OBSEQUIAMOS UNA LIJA GRATIS DE 0.15 MLS.**



**POR LA COMPRA DE DOS PINTURAS LATEX LLEVATE GRATIS**

# VENTA DE ARTICULOS Y MATERIALES DE CONSTRUCCION EN FERRETERIA

“EL ACERO”

AV. PRINCIPAL BELADUNDE TERRI (FRENTE AL HOTEL MANANTIAL)



## **OFERTA DE LA SEMANA**

**POR LA COMPRA DE TRES TUBOS  
DE AGUA DE ½ TE OBSEQUIAMOS  
UN CODO**



**POR LA COMPRA TRES TUBOS DE AGUA LLEVATE  
GRATIS**