



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

EL FINANCIAMIENTO PARA LA MEJORA EN LAS
VENTAS DE LAS MYPE COMERCIALES, RUBRO
FERRETERÍAS DEL CENTRO DE PIURA, AÑO 2023

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

ENCALADA BARRANZUELA, WALTER
ORCID: 0000-0002-2187-2364

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2023

2. EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Encalada Barranzuela, Walter
ORCID: 0000-0002-2187-2364
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Piura, Perú

ASESOR

Centurion Medina, Reinerio Zacarias
ORCID: 0000-0002-6399-5928
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad De Ciencias E Ingeniería
Escuela Profesional De Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Canchari Quispe, Alicia

Orcid: 0000-0001-6176-191x

(Presidente)

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

Orcid: 0000-0003-2177-5676

(Miembro)

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Orcid: 0000-0002-7575-3571

(Miembro)

3. HOJA DE FIRMA DE JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Canchari Quispe, Alicia

Presidente

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

Miembro

Limo Vásquez, Miguel Ángel

Miembro

Centurión Medina, Reinerio Zacarías

Asesor

4. AGRADECIMIENTO

Al señor Jesús por encaminarme en
ésta ardua tarea, A mis padres Ramón
y Teodora, pilares fundamentales en
mi vida, ya que, sin sus consejos, su
paciencia y lucha insaciable han hecho
de ellos un gran ejemplo a seguir.

DEDICATORIA

Agradecer primero a Dios porque me
ha dado la fortaleza y esperanza para seguir
luchando en todos mis momentos de debilidad.
A mis padres porque me han apoyado en todas
las etapas de mi vida y por la confianza
depositada en mí.

5. CONTENIDO

Pág.

1. Carátula	i
2. Equipo de Trabajo	ii
3. Hoja de Firma del Jurado y Asesor	iii
4. Hoja de Agradecimiento y Dedicatoria.....	iv
5. Índice de Contenido	v
6. Índice de figuras y Tablas.....	vi
7. Resumen y Abstract.....	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	11
2.1 Antecedentes.....	11
2.2 Bases teóricas de la investigación	24
III. HIPÓTESIS.....	48
IV. METODOLOGÍA.....	49
4.1 Diseño de la investigación.....	49
4.2 Población y muestra.....	50
4.3 Definición y Operalización de las Variables.....	51
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	52
4.5 Plan de análisis.....	52
4.6 Matriz de consistencia.....	53
4.7 Principios éticos.....	54
V. RESULTADOS.....	55
5.1 Resultados.....	55
5.2 Análisis de los Resultados.....	59
VI. CONCLUSIONES.....	65
VII. RECOMENDACIONES.....	68
Referencias bibliográficas.....	70

Anexos.

Anexo 1: Cronograma de actividades

Anexo 2: Presupuesto

Anexo 3 Instrumentos De Recolección De Datos

Anexo 4: Validación de expertos

Anexo 5. Libro de código

Anexo 6: Consentimiento Informado

Anexo 7: Figuras

Anexo 8: Turnitin

6. Índice de tablas y figuras

Índice De Tablas

TABLA 1: Problemática del financiamiento en las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 202352

TABLA 2: Tipos de financiamiento que influyen en la mejora de las ventas de las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 202353

TABLA 3: Importancia del uso y capacitación en técnicas de ventas en la fidelización de clientes y mejora del volumen de ventas de las Mype del sector comercio del centro Piura en el rubro ferreterías, año 2023 54

TABLA 4: El financiamiento como factor importante para incrementar las ventas de las Mypes del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 202355

Índice de Figuras

Figura 1 Fuentes de financiamiento...	94
Figura 2 Inconvenientes crediticios.....	94
Figura 3 Crédito adecuado al ser una microempresa.....	95
Figura 4 Préstamos el año 2022.....	95
Figura 5 Inversión adecuada.....	96
Figura 6 Atrasos crediticios	96
Figura 7 Destinó dinero para capacitación.....	97
Figura 8 Capacitar a sus empleados.....	97
Figura 9 Invertir en capacitación fue negativo al surtir su inventario.....	98
Figura 10 capacitado con técnicas de venta.....	98
Figura 11 Sus clientes son bien atendidos por usted.....	99
Figura 12 cumple con las metas de ventas.....	99
Figura 13 Cursos de capacitación.....	100
Figura 14 convencimiento al cliente.....	100
Figura 15 que representa a la pregunta ¿ha logrado fidelizar clientes.....	101
Figura 16 Cualidades y características de los productos.....	101
Figura 17 Resultados de ventas.....	102
Figura 18 Pecios.....	102
Figura 19 Fidelización de clientes.....	103

RESUMEN

La investigación, tuvo como objetivo general determinar las características del financiamiento en la mejora de las ventas de las Mype del sector comercio – rubro ferreterías del centro de Piura, año 2023.. Se trabajó con una muestra de 7 dueños de ferreterías y 35 colaboradores. El estudio fue cuantitativo no experimental, porque tuvo una estructura con la cual se pudo medir, ya que se utilizaron instrumentos de evaluación y medición. Se evaluó a la muestra a través de una encuesta relacionada con las variables financiamiento y ventas, donde se obtuvo que el 71.43% se financia con su propio dinero, mientras que el 28.57% lo hace con financiamiento de tercero. Además, obtuvimos que el 57.14% les brinda facilidades crediticias. Asimismo, manifestaron que en general toda la muestra opto por pedir dinero prestado. También se obtuvo como resultado que el (74.29%) siente que atiende bien a sus clientes; así como el 54.29% indica que no está cumpliendo con los índices de facturación como meta. Tuvimos que el 57.17 % no logra vender productos adicionales a sus clientes. Se logró concluir que el un mayor financiamiento ayuda a mejorar las ventas en las microempresas del rubro ferreterías, del distrito de Piura; dado que los clientes siempre concurren y son más asiduos a los locales donde tienen el stock que necesitan, ahorrándoles tiempo y cubriendo sus necesidades, dicho esto, la empresa también lograría ser recomendada eventualmente a otros clientes por parte de los clientes ya identificados con el negocio.

Palabras clave: Colaboradores, financiamiento, ventas

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the characteristics of financing in improving the sales of Mypes in the commerce sector - hardware stores in the center of Piura, in 2023. We worked with a sample of 7 hardware store owners and 35 collaborators. The study was quantitative, not experimental, because it had a structure with which it could be measured, since evaluation and measurement instruments were used. The sample was evaluated through a survey related to the financing and sales variables, where it was obtained that 71.43% financed with their own money, while 28.57% did so with third-party financing. In addition, we obtained that 57.14% provide them with credit facilities. They also stated that in general the entire sample opted to borrow money. It was also obtained as a result that (74.29%) feel that they serve their clients well; as well as 54.29% indicate that they are not meeting the billing rates as a goal. We had that 57.17% fail to sell additional products to their customers. It was possible to conclude that greater financing helps to improve sales in microenterprises in the hardware store sector, in the district of Piura; Given that customers always attend and are more frequent at the stores where they have the stock they need, saving them time and covering their needs, said this, the company would also eventually be recommended to other customers by customers already identified with the business.

Keywords: Collaborators, financing, sales

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas (Mypes) son factores importantes en el desarrollo productivo y económico de las economías, puede decirse que son la columna vertebral de la economía europea. Pues representan el 99 % de todas las empresas de la UE. Emplean a alrededor de 100 millones de personas, representan más de la mitad del PIB de Europa y desempeñan un papel clave en la adición de valor en todos los sectores de la economía. Las pymes aportan soluciones innovadoras a retos como el cambio climático, la eficiencia de los recursos y la cohesión social y ayudan a difundir esta innovación en las regiones europeas. Por lo tanto, son fundamentales para las dos transiciones de la UE hacia una economía sostenible y digital. Son esenciales para la competitividad y la prosperidad de Europa, los ecosistemas industriales, la soberanía económica y tecnológica y la resiliencia a las perturbaciones externas. (Comisión Europea, 2020).

De este modo también. el Observatorio Sectorial DBK de Informa publicaba hace unos días un informe el que avanzaba que el sector del bricolaje seguirá creciendo en los próximos años, al menos en el 2022-2023. Todo parece indicar que la tendencia a comprar productos para la mejora del hogar, que se inició tras los meses más duros del confinamiento, ha llegado para quedarse. En la noticia en la que recogimos los datos más notables del estudio elaborado por el Observatorio, preguntamos a nuestros lectores si, tal y como se aventuraba en ese documento, tenían perspectivas de crecimiento de su negocio durante el próximo año. Del alrededor de 100 personas que han participado en la encuesta, el 60 % sí tiene perspectivas de

crecimiento durante 2022, mientras que un considerable 40 % estima que su negocio no crecerá en el próximo año. (Moya, 2021)

En Colombia el sector ferretero espera seguir teniendo una buena actividad en la economía, con expectativas de desarrollo sostenidas en dos dígitos. Este crecimiento sectorial, ha dinamizado la creación de nuevas ferreterías por encima del 10%”, comenta Angélica Jiménez, gerente de Concept2B, agencia organizadora del Gran Salón Ferretero 2022. Según la firma Nabi Consulting, el sector de las ferreterías tiene en promedio de 5,6 personas por unidad de negocio, siendo en su mayoría hombres. “Este sector suele tener una utilidad que fluctúa entre el 20% y 25% de sus ingresos”. (Palacios, 2022)

En este contexto podemos tener que la concentración de políticas afines y reguladas, las pymes podrían ser representantes del cambio orgánico a través de su colaboración al incremento de la producción. Esto abriría paso a integrar las economías a nivel de las grandes empresas, beneficiando a que se innove con mejoras productivas, y contribuyendo a la inserción social incrementando los ingresos de las microempresas y comprimiendo su fragilidad. Lo anterior significaría despuntar varias de las debilidades estructurales de las economías latinoamericanas, puesto que las pymes son componentes claves, pero débiles de la misma. Se exige una mejor coyuntura entre los actores económicos y aumentar la eficacia y eficiencia de las instituciones de apoyo para extender la productividad y la competitividad de las pymes en la región. La creación de áreas de cooperación entre firmas incita el incremento de ventajas competitivas y externalidades que favorecen a consolidar e intensificar las técnicas de innovación industrial. (CEPAL, 2020)

Si bien es cierto las pymes consiguen financiarse en buena parte del sector bancario o microfinanciera mediante créditos. No obstante, con muy a menudo se visualiza que la gran mayoría de estas se hayan en desventaja respecto a las grandes empresas al momento de solicitar un préstamo, cuestiones como la irregularidad de la información, altos costos transaccionales, el gobierno corporativo de las pymes, entre otros, limitan las posibilidades de acceder al financiamiento, especialmente a aquellas que no cuentan con los requisitos suficientes, tienen poco historial crediticio o no cuentan con la capacidad para realizar estados financieros. Asimismo, en la actualidad las entidades financieras brindan mayor facilidad para las pymes en la obtención de créditos, llegando a ser estas la principal opción para los emprendedores, de este modo, también se dan mecanismos no tradicionales que cumplen con la satisfacción de esta necesidad. (Azar, 2020)

En nuestro país las MYPE registran un gran número empresarial, dado que alrededor del 42% de la producción nacional, brindan el 88% del laburo privado en el país. Esta data comprende que el rendimiento y/o productividad de las MYPE sean baja, en contraposición a las medianas y grandes empresas, ya que solo el 1.6% (que representan dichas empresas) estarían generando el 58% de la producción nacional. Por lo tanto, sería importante conocer a que se debe la baja productividad de las MYPE. Será por la falta de financiamiento, por la falta de capacitación, etc. En este trabajo de investigación vamos a empezar a responder en parte a esta problemática. (Armas, 2017)

Cabe precisar que los pequeños negocios son la fuerza que estimula el crecimiento económico, la generación de empleo y la disminución de la pobreza en los países en desarrollo. En términos económicos, cuando la micro o pequeña empresa crece, genera empleo, esto debido a que demanda mayor mano de obra. También, sus ventas se incrementan, y con esto mayores ingresos, lo cual contribuye, en mayor medida, al aumento del producto bruto interno. Es indiscutible no reconocer a la Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) como el motor en la economía, sobre todo en países emergentes que necesitan el oxígeno económico que estas brindan al dar empleo al mayor porcentaje de la PEA en el país, según cifras del Ministerio de la Producción las MYPE concentran el 58,6% de la PEA ocupada y el 23,5% del valor agregado del sector privado. (Produce, 2017)

Es preciso resaltar como dato puntual que la cantidad de Mypes en Perú se redujo un 48.8% en 2020 y el 85% se volvieron informales como consecuencia de la pandemia. Las cifras de la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho) en 2020, divulgada por el INEI, el sector privado peruano está articulado principalmente por micro y pequeños negocios. Esto generado gracias a la crisis causada por la pandemia, las Mypes fueron duramente afectadas. Así, en 2020, se reconocieron cerca de 3.1 millones de Mypes repartidas a lo largo de todo el país, un 48.8% menos que en 2019. (Comex Perú, 2021)

En la ciudad de Piura, donde se llevó a cabo esta investigación se han desarrollado muchas micro empresas dedicadas a distintos rubros, las que han aportado significativamente al dinamismo de nuestra economía, para la investigación nos enfocamos a las que se encuentran en el sector comercio, específicamente las del rubro ferreterías que se ubican en el centro de la ciudad de

Piura; las que desde ya hace unos años están presentando una gran disminución en el índice de sus ventas, generando no solo pérdidas a sus dueños, sino que algunas de ellas han dejado de existir, dejando sin empleo a muchas personas. Como estudiante e investigador comprometido con esta investigación realicé algunos sondeos a las Mypes que aún subsisten en la actualidad, pudiendo recabar información importantes que podrían ser las causantes de estas quiebras, y es que siendo realistas la llegada de los “Malls” a nuestra ciudad trajo con ello una ardua y porque no decirlo titánica batalla por tener y mantener la preferencia de los clientes, donde son estas grandes empresas las que han se han impuesto en esta lucha, hasta el momento.

Asimismo, son innumerables los retos que enfrentan para su constitución, debido a que a pesar de las facilidades que existen, algunos emprendedores no pueden acceder a la formalización, uno de estos inconvenientes es la falta de conocimiento de los pasos para poder llegar a esto. Un factor que puede ser determinante en este aspecto es la falta de ayuda de gobierno en la creación de programas que brinden estas capacitaciones. De este modo es que nuestra investigación se justifica en que podrá ayudar a los microempresarios a conocer las características de la capacitación para la mejora en las ventas, al mismo tiempo me servirá para poder obtener el título profesional de licenciado en Administración.

El tipo de investigación es cuantitativo no experimental, el nivel de investigación descriptivo, transaccional, para el recojo de información se utilizará un cuestionario enfocado en el financiamiento y las ventas.

El propósito principal de nuestra investigación es dar a conocer las características del financiamiento y la capacitación en la mejora de las ventas, además de identificar como se desarrolla y trabajan las MYPE en el rubro de ferreterías donde se desarrollará nuestra investigación. Asimismo, teniendo en cuenta el giro del negocio, que es el de brindar una extensa gama de bienes para la construcción. Nos planteamos como objetivo independiente empaparnos del conocimiento y funciones de estas MYPE, la forma en que llevan su día a día; para poder dar opciones de solución a los objetivos que nos plantearemos como investigación.

La parte neurálgica de toda investigación científica es la deficiencia o problema que se ha logrado detectar en las organizaciones que van a ser objeto de nuestro estudio. Dentro de este plano podrían darse múltiples posibilidades; desde que el problema sea uno ya abordado anteriormente, sin que las posibles soluciones hayan sido eficientes al momento de ponerlas en práctica; hasta uno que haya sido ignorado totalmente, tal es el caso del financiamiento y la capacitación como enfoques principales en la lucha por la subsistencia en el mercado. Estas variables son vitales al momento de establecerse en un segmento de mercado, ya que su distribución y buena utilización de estos recursos podrán marca la pauta entre la venta de productos de ferretería (que en muchos lugares se puede encontrar) y la calidad del servicio al momento de cerrarse la venta. Es indiscutible que la capacidad de gestión de estos atributos por parte de las grandes empresas (malls) es de un nivel profesional, en comparación con el talento empírico de nuestros emprendedores que básicamente su experiencia en el sector es quizá lo único que les respalde. Nuestra investigación busca no solo brindar o encontrar el problema de la caída de las ventas en estos negocios, sino que a través del mismo estaremos describiendo paso a paso los atributos

principales que poseen estos atributos que sin lugar a dudas su desconocimiento ha sido motivo de tropiezo de muchos emprendedores.

Ahora bien, nos enfocaremos unilateralmente en el financiamiento y las facilidades que hoy en día brindan las cajas municipales y cooperativas al momento de otorgar un crédito para nuestros emprendedores, cosa que años atrás no pasaba con normalidad. Con respecto a los grandes bancos es un poco más complicado debido a las trabas en los requisitos. Asimismo, el conseguir financiamiento es solo una parte del problema, ya que por tendencia empírica más de la mitad de estos préstamos son utilizados para comprar productos y/o cubrir deudas. El detalle aquí es que nuestros emprendedores no ven como prioridad destinar parte de este dinero a la capacitación de su personal, y más aun de ellos mismos como emprendedores y administradores de estos negocios. Esto sin lugar a dudas es el talón de Aquiles y la ventaja competitiva que han sabido aprovechar las grandes empresas que se dedican a este rubro en nuestra ciudad.

Con nuestra investigación y los datos que obtuvimos en la misma, poder contribuir objetivamente en la mentalidad de los emprendedores, y que de este modo logren asimilar positivamente y dejar de lado conocimientos obsoletos que poseen, donde el destinar parte del financiamiento hacia la capacitación en ventas de sus trabajadores es vista como una inversión poco valorada para sus metas de ventas. Si bien es cierto, los pocos emprendedores que tienen una percepción positiva acerca de capacitar a sus colaboradores, pocas veces lo hacen debido a que no tienen los recursos suficientes para destinarlos a esto.

Con todas las características y descripciones que antes mencionamos acerca de los diferentes puntos de vista acerca de las Mype en el sector comercio. La incógnita a la que llegamos es a la siguiente.

¿Cuáles son las características del financiamiento en la mejora de las ventas de las MYPES del sector comercio – rubro ferreterías del centro de Piura, año 2023?

Se planteo el siguiente objetivo general: Determinar las características del financiamiento en la mejora de las ventas de las Mype del sector comercio – rubro ferreterías del centro de Piura, año 2023.

Se plantearon los siguientes objetivos específicos: Identificar la problemática del financiamiento en las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2023.

Describir los tipos de financiamiento para la mejora de las ventas de las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2023.

Describir la importancia del uso de la capacitación de técnicas de ventas para mejorar del volumen de ventas de las Mype del sector comercio del centro Piura en el rubro ferreterías, año 2023.

Analizar la importancia de la calidad de servicio para incrementar las ventas de las MYPES del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2023.

La presente investigación se justifica en dar a conocer las distintas características que tiene el financiamiento y las ventas para el aumento de las ventas de las Mype del sector comercio - Ferreterías. Los distintos enfoques que se vienen dando en este sector están llevando a los muchos microempresarios a un superávit en sus inventarios, falta de liquidez y sobre todo en la pérdida de clientes (ya sean

fidelizados ó potenciales) que en primeras indagaciones se obtuvo como punto base para el cambio de preferencias al momento de realizar las compras de estos productos; son la falta de conocimiento de los trabajadores al momento de realizarse las compras o hacer alguna consulta sobre los productos.

La investigación se justifica mostrando de manera descriptiva los cambios que una Mype puede llegar a tener siempre y cuando logre adaptarse a las nuevas circunstancias de mercado en el que compite, además de profundizar los conocimientos teóricos sobre los tipos de financiamiento y ventas. De esta forma, describir los múltiples beneficios, entre ellos el incremento de sus ventas. También, ofrecerá una mirada integral sobre lo importante que es para la economía del país el comprar o consumir a una empresa local, a fin de colaborar con la concientización de la misma donde se desarrollará esta investigación; en lo que corresponde al apoyo que los microempresarios merecen.

En la investigación se obtuvieron los siguientes resultados: que de 7 dueños de ferreterías del centro de Piura que representan al 100% de los encuestados, sobre si las entidades financieras son su principal fuente de financiamiento 51.14% equivalente a 4 encuestados respondieron que siempre; el 28.57% equivalente a 2 encuestados respondió la mayoría de veces no. También, de 35 colaboradores de ferreterías del centro de Piura que representan al 100% de los encuestados, sobre si conoce técnicas de ventas, 51.43% equivalente a 18 encuestados respondieron que nunca; el 22.86% equivalente a 8 encuestados respondió algunas veces sí, algunas veces no; mientras que 20.00% indicó que la mayoría de veces sí. Los resultados de la investigación se encuentran en el capítulo V. Resultados, pagina 62.

En la investigación se obtuvieron las siguientes conclusiones: se obtuvo como conclusiones que la mayoría de emprendedores encuestados optan por autofinanciarse empresarialmente y que dos de ellos por diversos motivos piden prestado a terceros. De este modo se puede apreciar que menos de la mitad de emprendedores utiliza algún banco para solventarse financieramente. Dicho esto, debo mencionar que los dueños de los negocios utilizan se ven en la necesidad de pedir préstamos hasta dos veces en un mismo año, dichos prestamos fueron invertidos mínimamente en la capacitación de sus colaboradores, siendo este un pilar importante para incrementar el índice de ventas en la empresa. Se debe tener en cuenta también que la mayoría de colaboradores únicamente cuenta con el conocimiento y experiencia empírica para poder orientar a sus clientes, y esto resta notablemente las posibilidades de cerrar las ventas. las conclusiones de la investigación se encuentran en el capítulo VI. Conclusiones, pagina 73.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

2.1.1 Antecedentes internacionales

Artero De Herrera & Salinas Mojica(2018), en su estudio titulado *Planeación Estratégica De Inversión Y Financiamiento En La Creación De Valor De Las Mypes Del Sector Ferretero En El Municipio De Ahuachapán* en su estudio tiene como propósito principal evaluar las estrategias de inversión y financiación en el proceso de creación de valor de las MYPES del sector Ferretero el Municipio de Ahuachapán, aplicadas al proceso de sostenibilidad y crecimiento económico. El estudio se enmarca dentro de un diseño metodológico no experimental transaccional, del tipo de investigación de campo, con un nivel descriptivo, cuya población estuvo compuesta por 14 empresas ferreteras del municipio, micros y pequeñas empresas (MYPES), de la cual se seleccionó una muestra intencionada 12 empresas. Se empleó como técnica la encuesta, bajo el instrumento de recolección de datos, el cuestionario. La información recabada a través de estos instrumentos se procesó por medio de un análisis cuantitativo, que permitió la presentación de los resultados, por medio de gráficos de pastel, así como su respectiva interpretación. En tal dirección, efectuado el análisis de los datos, junto con la revisión de las fuentes documentales y considerando la metodología establecida, se puede concluir que las MYPES objeto de estudio carecen de un proceso de planificación estratégica y financiera sólida que conlleven a una creación de valor y enfoques orientados a la optimización de los recursos y capacidades internas y externas, para una buena administración y ejecución de sus estrategias financieras dirigidas a la sostenibilidad y crecimiento, lo cual las

coloca en situación de riesgo frente a las condiciones de cambios políticos, sociales y económicos de nuestro país, partiendo de esta perspectiva se recomiendan una serie de acciones para el desarrollo del proceso del plan estratégico y financiero para garantizar la sostenibilidad y crecimiento de las micro y pequeñas empresas del sector.

En la investigación antes mencionada se logró demostrar lo importante que es el financiamiento para poder optimizar los resultados en la productividad laboral, cabe resaltar que esta investigación se hizo en contraste con empresas que casi nunca capacitan a sus trabajadores. A pesar de no ser una gran diferencia entre ambas los puntos donde la capacitación fue más determinante les brindaban a las empresas que si capacitan una mejor competitividad en el mercado en el que se desenvuelven.

Bernal Carreño (2021), el presente trabajo titulado *Propuesta Para Mejorar El Acceso A Fuentes De Financiamiento En Mipymes Del Sector Ferretero En Bogotá, A Través De Educación En Gestión Financiera* presenta una propuesta de apoyo a los dueños de las MiPymes del sector ferretero en Bogotá, para que puedan gestionar de forma eficiente sus recursos, acceder a nuevas fuentes de financiamiento y fortalecer sus empresas. Se realizó una revisión de la literatura sobre acceso a financiamiento y gestión financiera de las Pymes, de autores como Zevallos (2007), Vera (2012), Lopera, Vélez y Ocampo (2014), Vera, Melgarejo y Mora (2014), Maliso y Aguirre (2016), Bocanegra (2016), entre otros. Se analizó el comportamiento de los principales indicadores financieros del sector ferretero de los años 2013 a 2019, sumando análisis que instituciones como ACOPI hicieron de las PYMES tras las afectaciones que estas tuvieron por el Covid-19 en el año 2020. De forma seguida se aplicó el cuestionario planteado por Vera-Colina (2012) de forma no experimental, transversal y correlacional, aplicado a una muestra de 75 MiPymes ferreteras de

Bogotá, para analizar los principales componentes de la gestión financiera de estas empresas; encontrando en esta muestra una presencia Media baja en la gestión financiera realizada por estas MiPymes, resultado que contrastado con la literatura y los resultados del sector, permitió elaborar una propuesta de educación en Gestión financiera para algunas MiPymes del sector ferretero en Bogotá, que les provee de recomendaciones para mejorar la gestión de sus recursos y el proceso de acceso a diferentes fuentes de financiamiento.

Rodríguez Alejandro (2020), El presente trabajo de investigación titulado *Nivel De Ventas De La Empresa De Materiales De Construcción Bloques EJR, De La Parroquia José Luis Tamayo, Cantón Salinas* se realizó con el propósito de medir el nivel de ventas de la empresa de materiales de construcción Boques EJR, de la parroquia José Luis Tamayo, cantón Salinas, considerando que actualmente la población se encuentra en estado de distanciamiento social, se tomó como muestra a la empresa de Materiales de Construcción EJR, con el objetivo de analizar los factores que influyen en el bajo nivel de ventas mediante el estudio de las estrategias de ventas a través de calidad de servicio, valor añadido; posicionamiento de mercado a través de la localización, imagen de marca y herramientas tecnológicas se encuentran plataformas digitales y servicios de pagos en línea. En la investigación se determinó que existen herramientas que ayudan a concluir las ventas como formas de pago, sin embargo, la reducción de plataformas digitales y la escasa publicidad de marca EJR no se encuentra posicionada en el mercado.

Avilés Vélez & Zambrano Intriago (2021), La presente investigación titulada *Comportamiento de las ventas de Empresas del sector ferretero del año 2020 de recesión del cantón Portoviejo*, se buscó analizar el comportamiento de las ventas de

empresas del sector ferretero en el año 2020 en plena recesión del cantón Portoviejo, provincia de Manabí. Los comercios en todo el territorio nacional, han sido impactados económicamente en el año 2020, por la propagación de la pandemia del covid19, y las restricciones tomadas en consideración de la contención de la misma. Por lo cual, es importante estudiar, el comportamiento de las ventas para el año antes mencionado, en el sector ferretero del cantón. En virtud, se desarrolla un estudio de campo, descriptivo, no experimental, cuyo resultado principal indica que los ingresos económicos por ventas comparados con años anteriores son más bajos, lo que ha llevado a los ferreteros a implementar estrategias que faciliten la venta de los productos.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

Llance Atao (2020), La presente investigación titulada *Financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro Ferreterías en el distrito de San Juan Bautista, 2020*. tuvo el siguiente enunciado del problema: ¿Cuáles son las principales características del financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeña empresa del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de San Juan Bautista, 2020? Para determinar el problema se formuló el siguiente objetivo general: Determinar las principales características del financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías en el distrito de San Juan Bautista, 2020. La metodología de la investigación fue de un enfoque cuantitativo de nivel descriptivo, con diseño no experimental, bibliográfico y documental, con la utilización de las técnicas bibliográficas y con la aplicación de cuestionario, tuvo como población y muestra de 20 empresas ferreteras. Se obtuvo los siguientes resultados: el 80% de los encuestados afirman que están de acuerdo en que

solicitar crédito a instituciones financieras es valioso para la liquidez de la empresa. El 55% de los encuestados afirman que están de acuerdo en que el financiamiento ayuda a generar rentabilidad de la empresa. Asimismo, el 55% de los encuestados señalaron que están muy de acuerdo en que la inversión adecuada es un factor importante para tener mejor participación en el mercado. Finalmente, se concluye que el financiamiento es fundamental para las empresas, pues con ella puedes empezar o reactivar la economía de la empresa, pues gracias al financiamiento obtenido genero rentabilidad, con un adecuado uso del capital de trabajo, creando capacitaciones al personal, tomando las mejores decisiones de inversión, hace que la empresa genera mayor utilidad.

Giles, Quiroga, & Quispe (2021), la presente investigación titulada *Plan de negocio para la elaboración de una plataforma digital de ventas para la micro y pequeña empresa de ferreterías y mejoramiento para el hogar*, Perú se encuentra en estado de emergencia nacional debido a la emergencia sanitaria causada por la pandemia Covid-19. Durante el primer semestre del 2020 el impacto económico nacional fue negativo ocasionado por la inmovilización social obligatoria que prohibía las compras presenciales. Frente a este contexto, algunas empresas tuvieron la mayor flexibilidad ante los cambios y se adaptaron a las nuevas reglas y protocolos exigidos por el gobierno; sin embargo, otras como las micro y pequeñas empresas no lograron adaptarse y, por consiguiente, fueron las más afectadas. La pandemia Covid-19 ha ocasionado que las MYPES tengan que adaptarse e innovar en el nuevo contexto de negocio donde se ha priorizado el comercio por internet. Sin embargo, muchas MYPES, en particular del rubro ferretero, no han tenido experiencia sobre esta modalidad. Lo anteriormente explicado permite diagramar la necesidad de las

MYPES del rubro ferretero para vender sus productos por internet. La solución que plantea la presente tesis pretende cubrir la necesidad expuesta en el párrafo anterior. Se propone una plataforma digital de ventas para la micro y pequeña empresa de ferreterías y mejoramiento para el hogar, en el cual se les ofrecerán ventajas para que las MYPES del rubro ferretero puedan incursionar en el e-commerce y, de esa manera, incrementar sus ventas. Para tal efecto se plantea como objetivo general determinar la viabilidad económica, financiera, tecnológica y comercial del plan de negocio para la elaboración de una plataforma digital de ventas para la micro y pequeña empresa de ferreterías y mejoramiento para el hogar en Lima Moderna, dicho objetivo será alcanzado logrando los siguientes objetivos específicos: – Identificar y analizar la idea del negocio – Elaborar el plan estratégico empresarial para establecer los lineamientos básicos. – Elaborar una investigación de mercado y evaluar la oferta y demanda del servicio propuesto. – Determinar el plan de marketing. – Elaborar el plan de operaciones. – Elaborar el plan de recursos humanos. – Evaluar y determinar la viabilidad económica y la rentabilidad de la oportunidad de negocio a través del servicio. En ese sentido, al identificar la idea del negocio se considera que la economía colaborativa es fundamental para el presente plan de negocios debido a que se tienen dos segmentos, las MYPES y los clientes finales. El porcentaje de comisión establecido es del 15% del precio de venta de los productos de las MYPES. La propuesta de valor se basa en ofrecer ventajas a las micro y pequeñas empresas para que puedan incursionar en el e-commerce con un costo de inversión cero, teniendo así la posibilidad de incrementar sus ventas y hacer crecer su negocio. Se utilizó la matriz Canvas como una herramienta estratégica para desarrollar el modelo de negocio de una manera amplia considerando los diferentes actores y factores que tienen influencia

sobre el mismo. Las encuestas realizadas a los clientes finales dieron a conocer las características de los compradores de productos de ferretería y mejoramiento para el hogar, así como los atributos que más buscan en las plataformas digitales. Asimismo, mediante las entrevistas a los empresarios de las MYPES del rubro ferretero, se descubrió más del negocio como el tipo de clientes, su operatividad, entre otros. En base a la información recopilada se pudo elaborar una propuesta de valor con beneficios para todos. Para diseñar la propuesta de marketing se utilizó la estrategia de las 7p's, teniendo como resultado principal la importancia de las iniciativas de promoción a través de las redes sociales, influencers, campañas y merchandising para el reconocimiento de la marca. Además, con la 3 estrategia del cobro de comisión del 15% de las ventas a través de la plataforma digital, se garantiza un crecimiento continuo y considerable del volumen de las ventas durante los cinco primeros años de operación. Para iniciar con las operaciones de la empresa se contratarán seis personas, quienes se encargarán de las labores de dirección, selección de personal, atención al cliente, y coordinación del outsourcing para el mantenimiento y mejoras de la plataforma. Al no ser una empresa especialista en desarrollo de software se tercerizará tanto la implementación de la plataforma como el mantenimiento del mismo. Finalmente, se tiene como objetivo penetrar el 0.99% del mercado objetivo en el primer año lo que se logrará con la promoción a través de las redes sociales. Asimismo, se elaboró un análisis de sensibilidad determinando como factores más relevantes para el negocio: la penetración del mercado y la comisión de ventas. Como resultado del análisis financiero se obtuvo un VAN de S/. 23,794 y una TIR de 24.66%, lo cual refleja que el modelo de negocio es financieramente viable.

Gil Hernández (2021), El presente informe de investigación titulado *Estrategias financieras para aumentar la rentabilidad de la ferretería Ortiz Vásquez empresa individual de responsabilidad limitada, Chiclayo 2019*, tiene como objetivo determinar estrategias financieras para aumentar la rentabilidad de la ferretería Ortiz Vásquez empresa individual de responsabilidad limitada, Chiclayo 2019. La metodología utilizada en esta investigación fue de tipo descriptiva explicativa con diseño no experimental, la población estuvo integrada por los colaboradores de la empresa, los instrumentos aplicados fueron el análisis documental a los estados financieros de la empresa y la entrevista que estuvo conformada por 10 preguntas abiertas las cuales fueron aplicadas al gerente general y al contador de la empresa quienes formaron parte de la muestra. Se puede encontrar que la empresa no cuenta con una buena rentabilidad y tampoco liquidez en los periodos 2018-2019, debido a la competencia que actualmente existen en el mercado, además de la informalidad que hoy en día abunda en el territorio nacional, a esto se le suma el actual estado de emergencia que el país está atravesando lo cual afecta a las empresas y mucho más a las Pymes, no puede generar muchos ingresos, más los resultados anteriores que la empresa viene arrastrando. Se concluyó que el nivel de liquidez y rentabilidad generada no ha sido favorable en el periodo 2018 y 2019, la liquidez de la empresa no alcanza para cubrir las obligaciones y las utilidades son bajas.

Arribasplata Solano, Núñez Guzmán, & Tapia Cabrera (2019), La investigación titulada *La Gestión De Ventas Y Su Influencia En El Desarrollo Económico De Una Empresa De Servicios Gráficos En El Distrito De Lince, Lima 2018* gestión de ventas desempeña un rol fundamental para el desarrollo económico de todo negocio. Para los fines de la presente investigación, la gestión de ventas se ha

subdividido en enfoque hacia el cliente y equipo de ventas; mientras para que el desarrollo económico, se optó por subdividirlo en igualdad de oportunidades y producción con cambios tecnológicos. Objetivo: Se buscó determinar cómo la gestión de ventas influye en el desarrollo económico de una empresa de servicios gráficos en el distrito de Lince, Lima 2018. Método: La investigación trabajó bajo el enfoque cuantitativo, fue de alcance correlacional y empleó el diseño no experimental transeccional correlacional-causal. Se aplicó un cuestionario estructurado a 33 colaboradores de una empresa de servicios gráficos, el mismo que fue construido bajo la forma de la escala de Likert. La prueba de hipótesis se realizó a través del coeficiente de correlación de Spearman. Resultados: Fue posible obtener valiosa información relacionada a la gestión de ventas y desarrollo económico, por parte de los colaboradores de la empresa de servicios gráficos Conclusiones: Se concluye que la gestión de ventas influye directamente en el desarrollo económico de una empresa de servicios gráficos durante el año 2018, puesto que el coeficiente de correlación de Spearman obtenido fue de 0.655 (correlación positiva media).

2.1.3 Antecedentes Regionales y/o Locales

Merino Niño (2018), la investigación tuvo como título *Caracterización Del Financiamiento Del Sector Ferretero Micro Empresarial En El Perú Caso: Ferretería Electrónica Clavijo S.R.L, Piura - 2018* donde su objetivo general fue determinar y describir las características del financiamiento del sector ferretero micro empresarial en el Perú y de la Ferretería Electrónica Clavijo SRL, Piura 2018. La metodología utilizada fue de tipo cualitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, bibliográfico, documental y de caso. Se aplicó la técnica de la encuesta y para el recojo de información se hizo la revisión bibliográfica y documental. Se

utilizó un cuestionario pre estructurado con 30 preguntas relacionadas a la investigación, el cual fue aplicado al gerente general de la empresa en estudio; siendo de conocimiento las restricciones para acceder al crédito que el sistema financiero impone a las micro empresas. obteniendo como resultado principal: que la Ferretería Clavijo a pesar de ser una empresa con liquidez, tiene como política recurrir al financiamiento para nuevas inversiones, aunque con restricciones. Como conclusión general, se muestra que el financiamiento en las micro y pequeñas empresas del Perú y en la empresa Ferretería Electrónica Clavijo SRL, influye en el aumento de la rentabilidad, al realizar nuevas inversiones, nuevos emprendimientos, nuevos retos que los llevan a aumentar sus ingresos, generándoles más utilidades económicas; sin embargo, no toman en cuenta el factoring, y no realizan un planeamiento financiero. Recomendando a las Mypes en general y en especial a la empresa en estudio, que soliciten el factoring, que es una fuente de financiamiento que proporciona liquidez inmediata.

Medina Cruz & Castro Carrasco (2019), el presente trabajo de investigación titulada *Evaluación Del Control Interno Al Proceso De Almacén Basado En El Modelo Coso, Para La Empresa Servicios Generales Todo Materiales E.I.R.L. En Ignacio Escudero 2018 – 2019*, se desarrolla en el contexto de las actividades de la empresa: “Servicios Generales Todo Materiales E.I.R.L” ubicada en el distrito de Ignacio Escudero, provincia de Sullana, departamento de Piura, cuyo objetivo general es evaluar el control interno al proceso de almacén basado en el modelo Coso durante los períodos 2018 - 2019, para lo cual fue necesario cumplir los objetivos específicos: Identificar las deficiencias del control interno en los procesos del área de almacén, analizar el control interno a través de los componentes (ambiente de control,

evaluación de riesgos, actividades de control, información y comunicación y supervisión) y plantear políticas en el área de almacén. Esta investigación presenta un diseño narrativo, enfoque cualitativo, nivel descriptivo. La técnica de recopilación de datos fue la observación directa, también se hizo uso del análisis documental, la población estuvo conformada por el personal que labora en la ferretería Todo Materiales en Ignacio Escudero 2018 -2019. La muestra estuvo conformada por el personal de área de almacén, para el procesamiento de los datos se implementaron cronogramas, plan de acción, organigrama, manual de perfil de puesto de trabajo, se implementó políticas. Las conclusiones a las que se llega en esta investigación son:

- Los procesos de almacén tienen deficiencias a pesar de que se maneja una cantidad considerable de productos, los que no son controlados, tanto en el ingreso como el egreso, por lo que esto ocasiona un atraso en la entrega, quejas constantes de los clientes, esto hace que la empresa se vea afectada en el incremento de sus utilidades, es por ello que se implementó un diagrama de procesos de almacén.

- La empresa presenta inconvenientes en el ambiente de control, no contando con un código de ética; la evaluación de riesgos es también preocupante ya que los inventarios carecen de seguro y no se realizan inventarios físicos periódicos; las actividades de control no son desarrolladas de la mejor manera, pues no existen dispositivos de seguridad para restringir el acceso de personal ajeno al almacén; la información y comunicación también presenta problemas al igual que la supervisión

Muñoz Gálvez (2022), la presente tesis titulada *Implementación de un sistema de ventas en la ferretería Sol Andino – Piura; 2020*, fue elaborada bajo la línea de investigación: Ingeniería de software. El problema identificado en la ferretería es el

mal manejo de su información, debido a que actualmente, el registro de estos se realiza de forma manual. Se propuso el objetivo de implementar un sistema de ventas en la Ferretería Sol Andino – Piura, para mejorar el control del proceso de ventas. Como alcance el presente trabajo de investigación benefició a los trabajadores de la ferretería Sol Andino. Esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, de diseño no experimental y de corte transversal. La muestra está formada por 15 trabajadores que hacen uso del sistema, como instrumento de recolección de datos se utilizó el cuestionario mediante la técnica de la encuesta para obtener los siguientes resultados; en la dimensión Nro. 1, el 80.00% de los trabajadores indicaron que NO están satisfechos con el sistema actual; con respecto a la dimensión Nro. 2, el 100.00% de los trabajadores manifestaron que SI aprueban la propuesta de mejora y en la dimensión Nro. 3, el 73.33% de los trabajadores indicaron que NO conocen el manejo de las TIC. Por lo tanto, se llegó a la conclusión que, la implementación de un Sistema de ventas para la Ferretería Sol Andino, permitirá mejorar el control del manejo de la información.

Valladolid Mezones (2021), La presente investigación titulada *Diseño De Un Sistema De Ventas En La Ferretería “Mila” Chulucanas; 2018*. ha sido desarrollada bajo la línea de investigación de implementación de las tecnologías de información y comunicación para la mejora continua de la calidad de las organizaciones del Perú, en la escuela profesional de Ingeniería de Sistemas de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, filial Piura. Su objetivo fue el diseño de un sistema automatizado de ventas en la Ferretería “Mila” Chulucanas, 2018, para mejorar la calidad del servicio de los clientes. El tipo de investigación utilizado es cuantitativo, de nivel descriptivo, el diseño fue de tipo no experimental y de corte transversal. El

presente trabajo de investigación tuvo como objetivo el diseño de un sistema automatizado para las ventas en la ferretería “Mila” para mejorar las ventas. Los resultados obtenidos respecto a la primera dimensión, se observa que el 75% de los empleados encuestados consideró que Si permitiría tener la información segura y al alcance utilizando un sistema informático de ventas. De acuerdo a los resultados obtenidos en la dimensión 02, se observa que el 75% de los empleados encuestados consideró que Si permitiría tener la información segura y al alcance utilizando un sistema informático de ventas. Concluye que el resultado obtenido en esta investigación se puede deducir que existe un gran porcentaje de encuestado que consideran que un sistema de ventas si agilizaría los procesos. Finalmente, la investigación queda debidamente justificada en la necesidad de diseñar un sistema automatizado de ventas en la Ferretería “Mila” Chulucanas, 2018.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1 *Microempresa*

La microempresa es la forma empresarial más pequeña del ámbito que se presenta dentro de una amplia gama de formas, desde negocios de subsistencia hasta empresas que emplean métodos de producción relativamente sofisticados, con un rápido crecimiento y que están directamente vinculadas con empresas más grandes en la economía formal, dentro de las características típicas de estas en América latina y el Caribe. (García Pacheco, 2015)

Para poder determinar una microempresa tenemos que considerar varios factores, entre ellos los ingresos mensuales, así como también los anuales, de este modo se estarían diferenciando de las Pyme. Además de tenerse en cuenta múltiples criterios; uno de ellos es el número de trabajadores, máximo 10 empleados. Así mismo, su facturación anual no debe exceder las 150 UIT en ingresos netos en un año. Por otro lado, todas las características detrás de una microempresa las vas a descubrir un poco más adelante. Lo que sí te puedo adelantar es que comúnmente, estas están conformadas por familias, y, además, es común que la administración de la misma se lleve a cabo por el propio dueño. (Quintal, 2023)

Clasificación según Ley 30056.

Congreso de la República (2013) expide la Ley por la que se Reforman diversas leyes para fomentar las inversiones, el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.

Uno de sus objetivos es crear un marco legal para promover la competitividad, formalización y desarrollo de las pymes (MIPYME). Esto incluye modificaciones a varias leyes, incluida la actual “Ley Mype” D.S. 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”. En este sentido, la Ley N° 30056 (2015) establece que, para afiliarse al sistema, una empresa debe pertenecer a una de las siguientes categorías en función de sus ventas anuales. Tenga en cuenta que se ha eliminado el número de empleados como requisito.

Características de una microempresa:

Conforme con el Ministerio de la Producción (Produce), hay cerca de dos millones de micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) en el Perú, las que representan el 99.5% del total.

Las MYPES deben reunir las siguientes características recurrentes:

- ✓ Suelen tener pocos trabajadores (de 1 a 10)
- ✓ no debe exceder las 150 UIT

Su nivel de acción suele ser local y muy limitado, es decir, un nicho de mercado muy definido o pequeño. Regularmente los trabajadores de estas empresas suelen tener lazos de familia o de amistad, ya que, sus opciones de contratación son los pequeños círculos a los que accede el propietario.

2.2.2 Teoría del financiamiento

Según Briceño (2016) se denomina financiamiento al “acto de hacer uso de recursos económicos para cancelar obligaciones o pagar bienes, servicios o algún tipo de activo particular. El financiamiento puede provenir de diversas fuentes, siendo el más habitual el propio ahorro. No obstante, es común que las empresas para llevar adelante sus tareas y actividades comerciales hagan uso de una fuente de financiamiento externa. En este caso existen numerosas variantes que pueden

utilizarse siempre y cuando el agente económico en cuestión sea confiable en lo que respecta a pagos (Briceño, 2016)

Para Torres y Guerrero (2017) el financiamiento consiste en proveer los recursos financieros necesarios para el desarrollo y diligencia de todo proyecto o actividad económica. Siendo dichos recursos obtenidos por esta vía, retribuidos a un tipo de interés ya sea fijo o variable en un determinado periodo establecido.

Para Gómez (2016) el financiamiento es la forma de obtener dinero el cual a su vez es el lenguaje de la comunicación económica, es decir, es el medio de pago, comúnmente aceptado, a cambio de bienes y servicios, y en la liquidación de 32 obligaciones o deudas. El financiamiento se obtiene en los mercados financieros cuya función esencial es la de canalizar fondos de quienes han ahorrado, por gastar menos que su ingreso, hacia aquellos que tienen escasez de dinero, porque desean gastar más que su ingreso.

Para autores como Boscá (2018) el financiamiento constituye la opción con que las empresas cuentan para desarrollar estrategias de operación mediante la inversión, lo que les permite aumentar la producción, crecer, expandirse, construir o adquirir nuevos equipos o hacer alguna otra inversión que se considere benéfica para sí misma o aprovechar alguna oportunidad que se suscite en el mercado.

Al mismo tiempo que a la teoría de la agencia se desarrolló el fundamento sobre la asimetría de información. Los avances de la teoría de las asimetrías en el entorno del financiamiento de las firmas ofrecen una tercera explicación complementaria diferente a las dos anteriores: los recursos de financiamiento son jerárquicos. En el contexto de la asimetría de información, donde los dirigentes

respetan el periodo de los accionistas, la mejor selección es el autofinanciamiento. Los que la empresa no se puede beneficiar de esta posibilidad para asegurar el crecimiento, que se contraiga una deuda es preferible al aumento de capital. Es así como se presenta la teoría del financiamiento jerárquico o pecking order theory (POT) desarrollada por Myers y Majluf (1984). (Sarmiento, 2005)

(Durand, 1952) Asimismo, en la teoría tradicional sobre cómo es la estructura financiera nos brinda la posible y determinada mezcla entre recursos propios y ajenos los que define la estructura financiera óptima (EFO). Esta teoría puede considerarse intermedia entre la posición “RE” y “RN”. Durand en 1952 publicó un informe donde defendió la existencia de una determinada (EFO) en base a las deformidades del mercado. La teoría tradicional no tiene una base teórica rigurosa, pero ha tenido la defensa de empresarios y financieros, sin dejar de lado que la (EFO) depende de varios factores, como son: el tamaño de la empresa, el sector de la actividad económica y la política financiera de la empresa; el grado de imperfección del mercado y la coyuntura económica en general.

a) Objetivos del Financiamiento.

El financiamiento externo tiene como objetivo principal lograr una mayor liquidez inicial para la empresa, al mismo tiempo buscamos con esto que el desembolso inicial para los socios sea menor. De esta manera estamos utilizando una herramienta útil de financiamiento para nuevas empresas que ofrece el gobierno de Jalisco. La finalidad financiamiento es establecer cuáles serán las prioridades que la empresa está necesitando para poder llevar a cabo o a término un proyecto de negocio. Si bien es cierto antes de crear una negocio se debe tener en cuenta que activos financieros los que se poseen y cuáles serán provistos por un futuro

financiamiento, es decir que todo plan financiero debe establecerse con cierto nivel de viabilidad, para que en el transcurso del tiempo el negocio no se vea afectado por el pago de dicho financiamiento (Montero, 2017).

La visión y misión primordial de un plan económico-financiero es dar certeza de que el proyecto que se tiene y que se piensa desarrollar es rentable y viable; no obstante, para saberlo se deben considerar algunos objetivos específicos:

- Instituir cuáles serán las inversiones que se realizarán y en qué momento del proyecto se realizarán.
- Establecer que fuentes de financiamiento serán las más prácticas y factibles a la empresa.
- Haber realizado un pronóstico de ventas en el tiempo en que se realizara el financiamiento.
- Calcular el punto de equilibrio de la empresa.

b) Beneficios del financiamiento.

- ✓ Bajo costo global, así como un menor riesgo financiero y un menor impacto de la adquisición tecnológica.
- ✓ Adquisición más rápida de tecnología.
- ✓ Gestión eficaz del flujo de caja y los activos.
- ✓ Facilita el acceso al capital a través de la estructuración o planificación de costos iniciales y periódicos en los presupuestos existentes.

c) Ventajas del financiamiento

- Menor costo global, así como un menor riesgo financiero y un menor impacto de la adquisición tecnológica.
- Adquisición más rápida de tecnología.

- Gestión eficaz del flujo de caja y los activos.
- Facilita el acceso al capital a través de la estructuración o planificación de costos iniciales y periódicos en los presupuestos existentes.
- Eliminación de tecnología obsoleta de manera que se ayude a cumplir las leyes y regulaciones medioambientales, lo cual ayuda a mantener la privacidad y la seguridad de los datos.
- Eliminación de tecnología obsoleta de manera que se ayude a cumplir las leyes y regulaciones medioambientales, lo cual ayuda a mantener la privacidad y la seguridad de los datos.

d) Tipos De Financiamiento.

Los Financiamientos A Corto Plazo

Los préstamos a corto plazo son pasivos que están programados para que su reembolso se efectúe en el transcurso de un año. El financiamiento a corto plazo se puede obtener de una manera más fácil y rápida que un crédito a largo plazo y por lo general las tasas de interés son mucho más bajas; además, no restringen tanto las acciones futuras de una empresa como lo hacen los contratos a largo plazo.

Existen cuatro fuentes principales de financiamiento a corto plazo que son: el crédito comercial, los pasivos acumulados, el papel comercial y los préstamos bancarios, con y sin garantía.

- **Crédito Comercial:** Es el uso que se le hace a las cuentas por pagar de la empresa, del pasivo a corto plazo acumulado, como los impuestos a pagar, las cuentas por cobrar y del financiamiento de inventario como fuentes de recursos. El crédito comercial tiene su importancia en que

es un uso inteligente de los pasivos a corto plazo de la empresa, es la obtención de recursos de la manera menos costosa posible. Por ejemplo, las cuentas por pagar constituyen una forma de crédito comercial, ya que son los créditos a corto plazo que los proveedores conceden a la empresa. Entre estos tipos específicos de cuentas por pagar están:

- ✓ La cuenta abierta: la cual permite a la empresa tomar posesión de la mercancía y pagar por ellas en un plazo corto determinado.
- ✓ Las aceptaciones comerciales: son cheques pagaderos al proveedor en el futuro.

- **Los Pagarés:** Reconocimiento formal del crédito recibido; la mercancía se remite a la empresa en el entendido de que ésta la venderá a beneficio del proveedor, retirando una pequeña comisión por concepto de la utilidad.
- **Crédito Bancario:** Un crédito bancario es en sí la confianza que una entidad financiera entrega a sus clientes (sean empresas o personas naturales) de manera física a través de emisión de un monto en particular, no sin antes haber fijado las reglas o condiciones en las que dicho préstamo será pagado. Además de ser tipo de financiamiento a corto plazo que las empresas obtienen por medio de los bancos con los cuales establecen relaciones funcionales. Su importancia radica en que hoy en día, es una de las maneras más utilizadas por parte de las empresas para obtener un financiamiento. Comúnmente son los bancos quienes manejan las cuentas de cheques de la empresa y tienen la mayor capacidad de préstamo de acuerdo con las leyes y disposiciones bancarias vigentes en la actualidad, además de que proporcionan la mayoría de los servicios que la empresa requiera. Un Crédito Bancario acarrea tasa

pasiva que la empresa debe cancelar esporádicamente al banco por concepto de intereses. (Arias E. R., 2020)

- **Pagaré:** Es una herramienta negociable, es una "promesa" incondicional por escrito, dirigida de una persona a otra, firmada por el formulante del pagaré, en donde se compromete a pagar a su presentación, en una fecha fija o tiempo futuro determinable, cierta cantidad de dinero junto con los intereses a una tasa especificada a la orden y al portador.
- **Línea de Crédito:** Una línea de crédito significa dinero siempre disponible en el banco, pero durante un período convenido de antemano. La línea de crédito es importante, porque el banco está de acuerdo en prestarle a la empresa hasta una cantidad máxima, y dentro un período determinado, en el momento que lo solicite. Aunque generalmente no constituye una obligación legal entre las dos partes, la línea de crédito es casi siempre respetada por el banco y evita la negociación de un nuevo préstamo cada vez que la empresa necesita disponer de recursos. (López Bautista, 2018)
- **Papeles Comerciales:** Es una manera de financiamiento a corto plazo, que consiste en los pagarés no garantizados de grandes e importantes empresas que adquieren los bancos, las compañías de seguros, los fondos de pensiones y algunas empresas industriales que desean invertir a corto plazo sus recursos temporales excedentes (Feliu, 2021)
- **Financiamiento por medio de la Cuentas por Cobrar:** Consiste en vender las cuentas por cobrar de la empresa a un factor (agente de ventas o comprador de cuentas por cobrar) conforme a un convenio negociado previamente, con el fin de conseguir recursos para invertirlos en ella.

➤ **Financiamiento por medio de los Inventarios:** Se utiliza el inventario de la empresa como garantía de un préstamo, para este caso el acreedor tiene el derecho de tomar posesión de esta garantía, en caso de que la empresa deje de cumplir con los pagos. Es importante porque permite a los directores de la empresa, usar su inventario como fuente de recursos, con esta medida y de acuerdo con las formas específicas de financiamiento usuales como: depósito en almacén público, el almacenamiento en la fábrica, el recibo en custodia, la garantía flotante y la hipoteca, se pueden obtener recursos. (Benge, 2021)

➤ **Financiamientos a largo plazo**

- **Hipoteca** Explicado de otra manera una hipoteca no es una obligación a pagar por que el deudor es el que otorga la hipoteca y el acreedor es el que la recibe, en caso de que el prestamista o acreedor no cancele dicha hipoteca, ésta le será arrebatada y pasará a manos del prestatario o deudor. Cuando una propiedad del deudor pasa a manos del prestamista (acreedor) a fin de garantizar el pago del préstamo.
- **Acciones** Es la participación patrimonial o de capital de un accionista, dentro de la organización a la que pertenece. Las acciones son importantes, ya que miden el nivel de participación y lo que le corresponde a un accionista por parte de la organización a la que representa, bien sea por concepto de dividendos, derechos de los accionistas, derechos preferenciales, etc.
- **Bonos** Este instrumento escrito certificado, en el cual el prestatario hace la promesa incondicional, de pagar una suma específica y en una

fecha determinada, junto con los intereses calculados a una tasa determinada y en fechas determinadas. La emisión de bonos puede ser ventajosa si sus accionistas no comparten su propiedad y las utilidades de la empresa con nuevos accionistas. El derecho de emitir bonos viene de la facultad para tomar dinero prestado que la ley otorga a las sociedades anónimas. El que tiene un bono es un acreedor; un accionista es un propietario.

➤ **Arrendamiento Financiero:** Contrato que se negocia entre el propietario de los bienes (acreedor) y la empresa (arrendatario), a la cual se le permite el uso de esos bienes durante un período determinado y mediante el pago de una renta específica, las estipulaciones pueden variar según sea la situación y las necesidades de cada una de las partes. La importancia del arrendamiento radica en la flexibilidad que presta para la empresa, da posibilidades de adoptar un cambio de planes inmediato, de emprender una acción no prevista con el fin de aprovechar una buena oportunidad o de ajustarse a los cambios que ocurran en medio de la operación. El arrendamiento se presta por partes, lo que permite a la empresa recurrir a este medio para adquirir pequeños activos. Los pagos de arrendamiento son deducibles del impuesto como gasto de operación. El arrendamiento puede ser para la empresa, la única forma de financiar la adquisición de activo. (González Rogel, 2022)

➤ **Según su procedencia:**

- **Financiación interna:** reservas, amortizaciones, etc. Son aquellos fondos que la empresa produce a través de su actividad (beneficios reinvertidos en la propia empresa).

- **Financiación externa:** financiación bancaria.
 - **Financiación externa:** a través de financiación bancaria, emisión de obligaciones, ampliaciones de capital, etc. Se caracterizan porque proceden de inversores (socios o acreedores).
- **Según los propietarios**
- **Medios de financiación ajenos:** créditos, emisión de obligaciones, etc.
 - **Medios de financiación propia:** no tienen vencimiento

Problemática del financiamiento en las Mype

Para tener una idea de la significativa presencia de las pequeñas empresas en el Perú basta con ver los siguientes números. Si se juntan las microempresas, pequeñas y medianas empresas (mipymes) formales, suman 1'899.584, según el registro de contribuyentes que maneja la Sunat. Estas casi dos millones representan el 99,5% de empresas inscritas en ese registro y se concentran principalmente en sectores económicos como comercio (46,2%) y servicios (41,3%). Nos referimos a unidades económicas a las que les cuesta superar ese estrato. Prueba de ello es que, según datos del Ministerio de la Producción, el tiempo promedio de vida de una microempresa es de seis años y para las pequeñas empresas es hasta siete. Bastante bajos si se compara con el tiempo de vida de una gran empresa, que alcanza los 13 años. Lozano (2020).

Posibles causas:

Las causas son múltiples: carga tributaria, de negocio, laboral, pero una de las más significativas y de mayor discusión es el acceso al financiamiento. “Las tasas de

interés son elevadas, vinculadas a la condición de riesgo que tienen estas empresas”, explicó el viceministro de Mype e Industria, José Salardi. Lozano (2020).

Cuando las mipymes acuden a la banca tradicional en busca de capital, obtienen tasas anuales altas de 31,25% en promedio para las microempresas y de 18,13% para las pequeñas, según datos a diciembre del 2019 de la SBS. Algunas pueden llegar hasta el 65,10% anual, como es el caso de las tasas que ofrecen las financieras. Lozano (2020).

Ante tal realidad, surgieron nuevas opciones que, además de generar competencia en el mercado, ofrecen una solución a estas empresas.

Opciones de financiamiento ante esta problemática

Uno de los nuevos métodos de financiamiento es el factoring, en el que las facturas se vuelven negociables y permiten liquidez a corto plazo para sus titulares. “Respecto a un crédito convencional, las tasas promedio de crédito mensual para el factoring son de 1,8% hasta 3% al mes, que anualmente llega a ser 18%”, explicó el viceministro de Mype.

Por otro lado, el decreto de urgencia ha permitido otorgar la calidad de título de valor a las órdenes de compra que emite el Estado. Con ello, estos papeles podrán ser negociados rápidamente por las mipymes y no tendrían que esperar a que el sector público cumpla el pago, proceso que, en promedio, demora hasta 42 días calendario. Lozano (2020).

2.2.3 Definición de ventas

El vender es un mecanismo clave para la actividad publicitaria de una empresa. Es el intercambio entre un vendedor y un comprador. Para comienzos del siglo XXI es común usar el estilo de relación personalizada para consultar y vender. Los vendedores crean lazos con sus clientes, investigan sus necesidades y manifiestan recomendaciones honestas de qué producto o servicio puede ayudarles a satisfacer la necesidad que tienen en ese momento. Existen varias teorías que ayudan a los vendedores a entender de una forma el papel que representan cuando realizan ventas para sus potenciales clientes. Además, se considera como la comunicación directa con los clientes para crear una respuesta en la forma de una compra. Asimismo, se puede realizar un sondeo donde se pueda captar más información o una visita a una casa donde se venda al por menor y en esta comunicación se puede elegir muchas formas. Entonces podemos decir que las ventas son el equivalente al marketing directo donde las conexiones son directas con los clientes particulares, aquí es donde varía el medio por donde estas comunicaciones se dan. Tenemos varios tipos de ventas, entre los cuales destacan las personales o cara a cara, teléfono, carta de correo directo, Internet, televisión, radio etc. (Linares Vera Portocarrero, 2015)

Sistemas de control de ventas

Este es un sistema de ventas que comprende la estructura, las políticas, el plan de organización y el conjunto de métodos y procedimientos de la empresa dirigidos a asegurar la maximización de los ingresos.

Control de ventas

De la misma forma tenemos como parte de los procesos administrativos tienen varias fases muy claras que son:

la planificación, organización, la integración, la dirección y el control, siendo este último de vital importancia para completar la gestión de forma global.

Control de la Fuerza de Ventas

Indiscutiblemente este es un factor fundamental para lograr el éxito comercial. Debido que para generar ventas progresivas y ganar participación en el mercado se debe contar con una fuerza de ventas que garantice ventas crecientes, adecuadas, confiables y que brinden un alto grado de satisfacción al cliente. De esta forma tenemos los que usan el resultado como referencia y los que tienen en cuenta aspectos relacionados con la conducta de los vendedores para establecer si cumplen los objetivos determinados por la empresa. Se trata pues de un aspecto complejo que debe indicar a los vendedores cómo se presume que deben realizar su trabajo. (Mathias, 2020)

Tipos de ventas

Tenemos también que, con la evolución de la tecnología, las necesidades de los consumidores están viviéndose más volubles. Y a medida que esas necesidades evolucionan, los tipos de ventas también se modernizan.

¿A qué se refiere el término tipos de ventas?

Son las formas a través de las cuáles las empresas deciden vender sus productos o servicios a los clientes. Estas tácticas establecen cómo los equipos de ventas se relacionarán con sus clientes. (LATINOAMÉRICA, sales force, 2022)

Tipos de ventas:

Venta Directa

Es el tipo de venta donde una empresa o individuo realiza el procedimiento para vender sus productos o servicios directamente a sus clientes. Este tipo de venta se da normalmente en los mercados o por los medios informales, por ejemplo, cuando una persona cocina comidas para llevar y las vende directamente a sus compañeros de trabajo en la hora del almuerzo. (Mathias, 2020)

Venta indirecta

Es una venta cruzada es el tipo de venta que las empresas usan para vender productos o servicios que se integran. La venta cruzada, o cross selling, ocurre cuando una persona está completando otra compra, lo que mejora las oportunidades del vendedor.

Venta Transaccional

Este es el tipo de venta que se concentra en realizar ventas y transacciones rápidas. Su principal objetivo es alcanzar la máxima cantidad de ventas a través de una gran cantidad de clientes. Esta venta no profundiza las relaciones con los clientes, como en una venta personal.

Venta Personal

En este tipo de venta, el vendedor se relaciona con el prospecto de manera personalizada. Normalmente, ocurre cara a cara, ya que de esa manera el vendedor logra utilizar sus habilidades para captar la atención del cliente, percibir sus gestos y personalizar la oferta.

Venta por Teléfono

También conocida como televenta, la venta por teléfono se realiza a distancia y puede ocurrir tanto en ventas B2B como B2C. Este tipo de venta puede ocurrir de dos maneras: cuando se llama en frío a un lead para ofrecerle productos o servicios y cuando los clientes buscan a la empresa con interés en algún producto.

Ventas por Internet

La venta por internet, o venta en línea, es el tipo de venta en la que los vendedores se relacionan con el prospecto a distancia. Puede darse a través de videollamadas y recorridos virtuales, además de incluir el follow-up de correo electrónico. (LATINOAMÉRICA, 2022)

Teoría de la resolución del comprador

La teoría de la determinación del vendedor, que se conoce como las 5 preguntas, ofrece un marco de preguntas francas que los vendedores deben responder para hacer que un cliente potencial compre. Las cinco preguntas son: “¿Por qué debo comprar?”, “¿qué debo comprar?”, “¿a quién debo comprar?”, “¿cuál es un precio justo?” y “¿cuándo debo comprar?” es así que estas preguntas también se refieren a las cinco categorías que comúnmente conciernen al comprador.

En esencia, si un vendedor puede dar respuesta a estas cinco incógnitas de manera insuperable, puede cerrar la venta. (da Silva, 2021)

Proceso de toma de decisión del consumidor

Este procedimiento de toma de decisión de un comprador se basa en los pasos que regularmente sigue un comprador para realizar una compra. El proceso inicia al aceptar una necesidad, que es lo que origina a un comprador a pensar en hacer una compra. Posteriormente se dirige a la búsqueda de información y procede a formular la consideración de la compra. Después de evaluar las opciones críticamente, el comprador realiza lo que él considera la mejor compra posible. Después de utilizar el producto o el servicio, el comprador evalúa el valor relativo y sus expectativas. De esta manera si un vendedor entiende este proceso metódico que siguen los compradores, entonces puede ayudar desde un inicio y sugerir necesidades y deseos que los compradores ni siquiera han manifestado. Además, tenemos que si durante la búsqueda de información, el vendedor debe presentar su solución como valor positivo. Durante la compra, y después de ella, el servicio al cliente para lograr una relación permanente es esencial. (LATINOAMÉRICA, 2022)

Motivos dominantes de compra

Confrontar dos motivos para adquirir ofrece un análisis sobre qué requiere un prospecto al presentarse una situación de compra. Las compras entusiastas y las compras fundadas son una comparación de compras motivadas por aspectos impresionables o racionales. Adquirir un producto y comprar una marca es una evaluación que refleja el interés del cliente por un producto en particular o por

comprar una cierta marca. Saber si un cliente es motivado por sus emociones o por su razón ayuda al colaborador a dirigir su esfuerzo, pero el aspecto emocional parece tener mayor peso en la decisión, aún con compradores racionales. Si bien es cierto que los colaboradores desean vender productos de calidad, también es cierto que desean promover relaciones a largo plazo y motivar la compra por marca. (LATINOAMÉRICA, 2022)

Importancia de la capacitación para incrementar las ventas de las Mype comerciales, rubro ferreterías del centro de Piura.

Se define la capacitación como “el conjunto de actividades didácticas o de enseñanza y mejoramiento de las capacidades de trabajo que se ofrecen a los trabajadores de una organización o empresa”.

El objetivo primordial de la capacitación es optimar a los colaboradores de la organización. Consiguientemente, el impacto de esta tarea debe apreciarse en una mejoría de los indicadores de eficiencia de la empresa, en pocas palabras ventas. Da Sila (2020).

Cuando un grupo que recibe una capacitación sistemática, pensada bajo un enfoque de desarrollo, sus integrantes deben mejorar en cuanto a la planificación, ejecución y autoevaluación de sus actividades cotidianas. De este modo como implicancia está el hecho de cerrar una venta, incrementar la efectividad en cada cliente que se aborda.

La capacitación brinda un salto positivo en la integración del funcionamiento de la organización. Mejora la identidad colectiva y fortalece el los lazos del colaborador con la marca, lo cual impacta positivamente en los resultados. Tanto es así, que en un estudio realizado por Wrike a inicios de 2020, más del 35% de los

empleados encuestados relacionó directamente su compromiso con la empresa a factores vinculados con la capacitación. Da Silva (2020).

La capacitación en ventas es una herramienta que brinda mayores y nuevas oportunidades a los vendedores, esto debido a que les ayudarán a vender más y mejor. Como podrás imaginar, esto implica claramente en los resultados de la empresa, de hecho, el objetivo principal de una capacitación es aumentar el volumen de ventas del negocio. Y esto solo se consigue con vendedores eficaces y motivados que se sienten respaldados por sus dirigentes. Cierra los oídos a los que te digan que el vendedor nace y no se hace. La práctica hace al maestro. Incluso tu vendedor menos eficaz, o el que parece que utiliza técnicas de venta pasadas de moda, pueden beneficiarse de una capacitación en ventas. Tampoco creas que basta con tener un buen producto y unos precios competitivos para asegurarte las ventas. Polverini (2023).

Bases Conceptuales.

- **Financiamiento:** Provisión de dinero cuando y donde se necesita.
- **Banco:** Institución financiera de intermediación que recibe fondos en forma de depósito de las personas que poseen excedentes de liquidez, utilizándolos posteriormente para operaciones de préstamo a personas con necesidades de financiación, o para inversiones propias.
- **Capital:** Es la suma de todos los recursos, bienes y valores movilizadas para la constitución y puesta en marcha de una empresa. Es su razón económica. Cantidad invertida en una empresa por los propietarios, socios o accionistas.

- **Comisión:** Suma porcentual que se paga a un tercero por sus servicios prestados, la cual, para el caso de los bursátiles, generalmente se cobra al comprar y al vender.
- **Cuenta De Ahorros:** Cuenta que se tiene en un establecimiento financiero y cuyo objetivo es la protección de los ahorros. Estas cuentas permiten que el ahorrador obtenga un beneficio por su depósito y se le facilite solicitar un préstamo dependiendo del monto promedio de tales depósitos.
- **Endeudamiento:** Utilización de recursos de terceros obtenidos vía deuda para financiar una actividad y aumentar la capacidad operativa de la empresa.
- **Liquidez:** Falta de suficiente dinero en caja para asegurar las actividades económicas normales y el desarrollo anterior de las mismas.
- **Impuesto:** Cobro obligatorio que el Estado o las colectividades locales realizan respecto de los recursos de los agentes económicos, sin asignación previa a un gasto preciso. (hipotecaria, 2014)
- **Interés:** Es el costo que se paga a un tercero por utilizar recursos monetarios de su propiedad. Es la remuneración por el uso del dinero.
- **Interés Compuesto:** Utilidad del capital invertido más la capitalización o Reinversión periódica de los intereses.
- **Inversión:** Es la aplicación de recursos económicos al objetivo de obtener ganancias en un determinado período. (hipotecaria, 2014)

- **Inversionista:** Es quien coloca su dinero en un título valor o alguna alternativa que le genere un rendimiento futuro, ya sea una persona o una sociedad.
- **Mora:** Dilación, retraso o tardanza en cumplir una obligación. Retraso en el cumplimiento de una obligación crediticia o de seguros. (hipotecaria, 2014)
- **Refinanciación:** Operación por la cual un prestamista obtiene fondos de otro prestamista para cubrir el crédito otorgado a un tercero.
- **Rendimiento:** Es la ganancia en dinero, bienes o servicio que una persona o empresa obtienen de sus actividades industriales, agrícolas, profesionales, o de transacciones mercantiles o civiles. (hipotecaria, 2014)
- **Rentabilidad:** Es la relación entre la utilidad proporcionada por un título y el capital invertido en su adquisición. (hipotecaria, 2014)
- **Acción de Capacitación (*Según Estatuto de Capacitación y Empleo*):** Actividad relacionada con las necesidades institucionales, funcionales o de competencias laborales, en que la formación, el perfeccionamiento, la complementación, son conceptos que identifican la capacitación en el entorno laboral. Además, permite a los trabajadores desarrollar competencias laborales acordes con una actividad, ocupación u oficio.
- **Habilidad:** Según la Real Academia Española, se entiende la habilidad como la capacidad de alguien para desempeñar de manera

correcta y con facilidad una tarea o actividad determinada (Equipo editorial, 2021)

- **Instructor:** hace referencia a la persona que instruye, enseña, alecciona, forma, adiestra, educa e ilustra a alguien en especial, también se le puede decir también a un profesor, maestro o docente dependiendo de los países que se emplea la acepción (Group, 2017)
- **Adiestramiento:** El adiestramiento es moldear el comportamiento animal o el pensamiento del individuo a partir de una instrucción sistemática para que reaccione y actúe de una manera puntual. Mientras en los animales se aprecian mecanismos forzados, en el ser humano se recurre a técnicas de adoctrinamiento, manipulación y engaño para que no pueda percibir la influencia externa en sus decisiones (Estévez, 2020)
- **Competente:** Una persona competente es aquella que pone en práctica competencias específicas que muestran su aptitud para ese fin (Nicuesa, 2015)
- **Capital humano:** es una medida del valor económico de las habilidades profesionales de una persona. También hace referencia al factor de producción del trabajo, que son las horas que dedican las personas a la producción de bienes o servicios (Sevilla Arias, 2016)
- **Fuerza de ventas:** La fuerza de ventas de una empresa está formada por el conjunto de recursos tanto humanos como materiales que le permiten llevar a cabo el proceso de comercialización de sus bienes y servicios (Quiroa, 2020)

- **Rotación de Inventarios:** La rotación del inventario es una práctica de marketing y la dirección estratégica que consiste en el control de los productos desde el punto logístico, por medio de las veces por periodo de tiempo que se renuevan las existencias (Sánchez Galán, 2017)
- **Competencia:** Se entiende por competencia aquella situación en la que existe un indefinido número de compradores y vendedores que intentan maximizar su beneficio o satisfacción. Así, los precios están determinados únicamente por las fuerzas de la oferta y la demanda (Gil, 2015)
- **Autoaprendizaje:** Proceso de adquisición de conocimientos sin la presencia directa del maestro o instructor, sino que con el apoyo de medios didácticos escritos, audiovisuales o informáticos. (Sence, 2003)
- **Competente:** Persona que posee un repertorio de habilidades, conocimientos y destrezas, y la capacidad para aplicarlos en una variedad de contextos y organizaciones laborales. (Sence, 2003)
- **Competitividad:** Capacidad de una nación, empresa, institución u organización para participar y permanecer en el mercado con rentabilidad atractiva y, al mismo tiempo, incrementar los niveles de bienestar de sus habitantes, socios o colaboradores. Descansa sobre la base de capital (humano, infraestructura, equipamiento y desarrollo tecnológico), y en el manejo de información y gestión de las personas que integran la respectiva agrupación. (Sence, 2003)

- **Criterios de desempeño:** Resultados que una persona debe lograr y demostrar en situaciones reales de trabajo, con los requisitos de calidad especificados para lograr el desempeño competente. (Sence, 2003)
- **Evaluación de la formación:** Análisis y verificación continua de un sistema, programa o curso de formación para determinar los resultados alcanzados, así como la calidad y eficacia de los métodos empleados. (Sence, 2003)
- **Evaluador** Persona autorizada para aplicar y/o reunir pruebas acerca del desempeño y emitir juicios sobre la competencia de los candidatos a certificación o de programas y/o proyectos sujetos a evaluación. (Sence, 2003)
- **Perfil del Trabajador:** Conjunto de conocimientos, características intelectuales, actitudes y habilidades necesarias para desempeñarse en un puesto de trabajo o cargo.
- **Teleformación:** Sistema de formación a distancia, apoyado en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (tecnologías, redes de telecomunicación, videoconferencias, TV digital, materiales multimedia), los contactos en tiempo real (presenciales, videoconferencias o chats) y los contactos diferidos (tutores, foros de debate, correo electrónico). (Sence, 2003)

III. HIPÓTESIS

La investigación por ser de tipo descriptiva no tiene hipótesis, en este caso el hecho de que no se formule hipótesis depende de dos factores esenciales: el enfoque del estudio y el alcance inicial del mismo.

No todas las investigaciones llevan hipótesis, según sea su tipo de estudio (investigaciones de tipo descriptivo) no las requieren, es suficiente plantear algunas preguntas de investigación. Según (Hernández Sampieri, 2014)

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

El diseño que se aplicó a la investigación fue no experimental, transversal y descriptivo: no experimental, porque no se manipuló de forma deliberada ninguna variable; transversal, porque se observó los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado para luego ser analizado; y, descriptivo, porque su intención normalmente fue describir variables en un conjunto de casos (muestra o población), o bien, determinar cuál fue el nivel o particularidad de las variables en un momento dado; Evaluar una situación, grupo, evento, fenómeno o contexto en un espacio del tiempo (Hernández, 2018).

El estudio fue cuantitativo no experimental, porque tuvo una estructura con la cual se podrá medir, ya que se utilizaron instrumentos de evaluación y medición. De acuerdo con Salas (2016) mencionó que la investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, su propósito ya que trata de cuantificar el problema mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor.

El estudio fue de nivel descriptivo, porque solo se describirá las características del financiamiento para la mejora de las ventas en las Mype del sector comercio rubro ferreterías del centro de Piura.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

4.2 Población y Muestra

4.2.1 Población.

La población indica la unidad de análisis de la investigación; la misma que estuvo constituida por el 100% de las Mype del rubro ferreterías, ubicadas en el centro de Piura, de conformidad a los datos de la Oficina de comercialización-Municipalidad de Piura, por tanto, se aplicó, una para cada uno de los dueños de estas para la variable financiamiento y para la variable ventas se acudió a los colaboradores, de las Mype comerciales rubro ferreterías, ubicadas en el centro de PIURA, donde se aplicó la encuesta.

4.2.2 Muestra

La muestra es del total de la población, debido a que ésta es pequeña; es decir, 7 Mypes, donde se encuestó a los encargados o dueños y 35 colaboradores.

La muestra es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que definen población Hernández (2014).

4.3 Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala			
Financiamiento	Es el proceso por el cual una persona o empresa capta fondos. Así, dicho recursos podrán ser utilizados para solventar la adquisición de bienes o servicios, o para desarrollar distintos tipos de inversiones. (Westreicher, 2020)	El financiamiento es la estructura de una cierta cantidad de dinero de una organización, la cual es utilizada para financiar ciertas actividades siendo estas a largo plazo Távara (2020).	Sistema financiero	Financiamiento	¿Las entidades financieras son su principal fuente de financiamiento?	Likert: Nunca=1 La mayoría de veces no=2 Algunas veces sí, algunas veces no=3 La mayoría de veces sí =4 Siempre=5			
				Endeudamiento	¿Tuvo inconvenientes para solicitar algún préstamo?				
			Stock	Demanda	¿Las entidades financieras le brindan el crédito adecuado al ser una microempresa?				
					¿Solicitó préstamos el año 2022?				
			Capacitación	Mercado	¿Fue invertido de manera adecuada el crédito que usted adquirió?				
					¿Se atrasó en los pagos del algún crédito?				
			Ventas	Es la entrega de un determinado bien o servicio bajo un precio estipulado o convenido y a cambio de una contraprestación económica en forma de dinero por parte de un vendedor o proveedor. (Thompson, 2022)	Es una relación la cual está estrechamente vinculada con la compra, se puede decir que es su contra parte ya que esta consiste en la colocación en el mercado de un determinado producto o servicio, con el objeto de que sea adquirido por un consumidor Sánchez (2018).		Conocimiento	Satisfacción	¿Destinó algún porcentaje de sus créditos para capacitación?
									¿Capacitar a sus empleados siempre está incluido en su plan de financiamiento?
							Técnicas de ventas	Productos	¿Invertir en capacitación tuvo consecuencias negativas al surtir su inventario?
									¿Ha sido capacitado con alguna técnica de ventas?
Empatía	Eficiencia	¿Considera que sus clientes son bien atendidos por usted?							
		¿Está cumpliendo con las metas de ventas?							
Comunicación	Efectividad	¿Considera que los cursos de capacitación son necesarios para su desarrollo laboral?							
		¿Logra convencer al cliente de que compre algún producto adicional?							
	Clientes	¿Ha logrado fidelizar clientes?							
		¿Conoce las cualidades y características de los productos que venden?							
		¿Se siente satisfecho con los resultados de sus ventas?							
		¿Considera que los precios son un punto atractivo de la empresa?							
		¿Tiene facilidad de palabra?							

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicará la técnica de la encuesta, que busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modificará el entorno ni controlará el proceso que está en observación. Los datos se obtienen a partir de la realización de un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El cuestionario se ha obtenido a partir de la operacionalización de las variables, utiliza un listado de preguntas escritas que se entregarán a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.

4.5 Plan de Análisis

Una vez recopilados los datos, se tabulan y grafican ordenándolos de acuerdo a cada variable y sus dimensiones. Luego se realiza el análisis y la interpretación de los datos recopilados por medio del instrumento de recojo de datos (cuestionario). En la investigación se considera la veracidad de resultados por sobre todas las cosas, en cualquier espacio, circunstancia, así se acudió y acudirá al mayor número posible de fuentes, para un mejor conocimiento de los hechos. Se respeta la propiedad intelectual, la privacidad, protegiéndose la identidad de los individuos que participan en el estudio. Además, se rechazarán las conclusiones prejuiciosas, manipuladas y alienantes.

4.6 Matriz de consistencia

Título: El Financiamiento Para La Mejora En Las Ventas De Las Mype Comerciales, Rubro Ferreterías Del Centro De Piura, Año 2023				
Problemas	Objetivos	Hipótesis	VARIABLES Y DIMENSIONES	Metodología
<p>Problema General ¿Cuáles son las características del financiamiento en la mejora de las ventas de las MYPES del sector comercio – rubro ferreterías del centro de Piura, año 2023?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cuál es la problemática del financiamiento en las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2023?</p> <p>¿Cuáles son los tipos de financiamiento para la mejora de las ventas de las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2023?</p> <p>¿Cuál es la importancia del uso y capacitación de técnicas de ventas en la fidelización de clientes y mejora del volumen de ventas de las Mype del sector comercio del centro Piura en el rubro ferreterías, año 2023?</p> <p>¿Cuál es la importancia de la calidad de servicio para incrementar las ventas de las MYPES del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2023?</p>	<p>Objetivo general: Determinar las características del financiamiento en la mejora de las ventas de las Mype del sector comercio – rubro ferreterías del centro de Piura, año 2023.</p> <p>Objetivo específico: Identificar la problemática del financiamiento en las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2023.</p> <p>Describir los tipos de financiamiento para la mejora de las ventas de las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2023.</p> <p>Describir la importancia del uso de la capacitación de técnicas de ventas para mejorar del volumen de ventas de las Mype del sector comercio del centro Piura en el rubro ferreterías, año 2023.</p> <p>Analizar la importancia de la calidad de servicio para incrementar las ventas de las MYPES del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2023.</p>	<p>La investigación por ser de tipo descriptiva no tiene hipótesis. No todas las investigaciones llevan hipótesis, según sea su tipo de estudio (investigaciones de tipo descriptivo) no las requieren, es suficiente plantear algunas preguntas de investigación. Según (Hernández Sampieri, 2014)</p>	<p>VARIABLES</p> <p>V1: Financiamiento</p> <p>V2: Ventas</p> <p>DIMENSIONES:</p> <p>Financiamiento</p> <p>Sistema financiero</p> <p>Stock de productos</p> <p>Capacidad de endeudamiento</p> <p>Ventas</p> <p>Conocimiento</p> <p>Capacitación</p> <p>Técnicas de ventas</p> <p>Empatía</p>	<p>DISEÑO No experimental – transversal</p> <p>NIVEL Descriptivo</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA Dueños Colaboradores</p> <p>Se encuestó al 100% de la población, es decir 7 dueños y 35 trabajadores</p> <p>TÉCNICA E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS Encuesta Cuestionario</p> <p>MÉTODOS DE ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN Estadístico descriptivo</p>

4.7 Principios Éticos

Principio de protección a las personas. La información otorgada por los participantes fue anónima, porque se protegió su identidad.

Principio de Beneficencia no maleficencia. Esta investigación no representó riesgo alguno para los participantes, en todo momento se maximizó los beneficios en favor de la investigación, sin atentar contra los derechos de los participantes.

Principio de Justicia. Se determinó que los propietarios y colaboradores de las distintas MYPE hayan tenido un trato respetuoso y equitativo por su aportación en información al realizar el estudio de investigación. Por otra parte, la aplicación de este principio se basa en el hecho que los resultados de esta investigación estarán a disposición de los participantes, por si tienen interés en aplicarlas a sus negocios o realizar nuevas investigaciones.

Principio de Integridad científica. Se relacionó que la información obtenida sea utilizada con ética y científicidad. Para que en un futuro pueda ser utilizada y llegue a tener importancia dentro las entidades.

Principio de libre participación y derecho a estar informado, implicó obtener la aprobación de los participantes en el estudio (dueños y colaboradores de las librerías) y darles a conocer los fines de la investigación. En este estudio se tuvo la participación oportuna de los dueños y colaboradores de las Mype en investigación.

Principio cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad, esta investigación no tuvo como muestra animales, plantas ni se realizaron aplicaciones en el medio ambiente, tampoco se afectó la biodiversidad como parte del estudio, que pudiera haber afectado al ser humano. (Uladech, 2021, p. 4).

V. Resultados

5.1 Resultados

TABLA 1

Problemática del financiamiento en las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2023.

Las financieras son su fuente de financiamiento	N	%
Nunca	0	0.00%
La mayoría de veces no	0	0.00%
Algunas veces sí, algunas veces no	1	14.29%
La mayoría de veces sí	2	28.57%
Siempre	4	57.14%
Total	7	100.00%
Problemas para obtener créditos	N	%
Nunca	4	57.14%
La mayoría de veces no	1	14.29%
Algunas veces sí, algunas veces no	1	14.29%
La mayoría de veces sí	0	0.00%
Siempre	1	14.29%
Total	7	100.00%
Crédito adecuado para para microempresa	N	%
Nunca	0	0.00%
La mayoría de veces no	3	42.86%
Algunas veces sí, algunas veces no	1	14.29%
La mayoría de veces sí	1	14.29%
Siempre	2	28.57%
Total	7	100.00%
Solicitó préstamos el año 2022	N	%
Nunca	0	0.00%
La mayoría de veces no	1	14.29%
Algunas veces sí, algunas veces no	2	28.57%
La mayoría de veces sí	4	57.14%
Siempre	0	00.00%
Total	7	100.00%

Fuente: Resultados de la encuesta a los dueños

de las ferreterías del centro de Piura

TABLA 2

Tipos de financiamiento que influyen en la mejora de las ventas de las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2023.

Invirtió de manera adecuada el dinero prestado	N	%
Nunca	0	0.00%
La mayoría de veces no	0	0.00%
Algunas veces sí, algunas veces no	1	14.29%
La mayoría de veces sí	1	14.29%
Siempre	5	71.43%
Total	7	100.00%
Retrasos en sus pagos de deudas	N	%
Nunca	3	42.86%
La mayoría de veces no	3	42.86%
Algunas veces sí, algunas veces no	1	14.29%
La mayoría de veces sí	0	0.00%
Siempre	0	0.00%
Total	7	100.00%
Destinó dinero para capacitación	N	%
Nunca	0	0.00%
La mayoría de veces no	4	57.14%
Algunas veces sí, algunas veces no	2	28.57%
La mayoría de veces sí	0	0.00%
Siempre	0	0.00%
Total	7	100.00%
Su financiamiento incluye capacitar a sus empleados	N	%
Nunca	0	0.00%
La mayoría de veces no	0	0.00%
Algunas veces sí, algunas veces no	1	14.29%
La mayoría de veces sí	2	28.57%
Siempre	4	57.14%
Total	7	100.00%
Capacitar a sus empleados le afecto su inventario	N	%
Nunca	0	0.00%
La mayoría de veces no	1	14.29%
Algunas veces sí, algunas veces no	3	42.86%
La mayoría de veces sí	3	42.86%
Siempre	0	0.00%
Total	7	100.00%

Fuente: Resultados de la encuesta a los dueños

de las ferreterías del centro de Piura

TABLA 3

Importancia del uso y capacitación en técnicas de ventas en la fidelización de clientes y mejora del volumen de ventas de las Mype del sector comercio del centro Piura en el rubro ferreterías, año 2023.

Técnicas de venta	N	%
Nunca	18	51.43%
La mayoría de veces no	1	2.86%
Algunas veces sí, algunas veces no	8	22.86%
La mayoría de veces sí	7	20.00%
Siempre	1	2.86%
Total	35	100.00%
Considera buena la atención que brinda	N	%
Nunca	0	0.00%
La mayoría de veces no	1	2.94%
Algunas veces sí, algunas veces no	8	23.53%
La mayoría de veces sí	20	58.82%
Siempre	5	14.71%
Total	35	100.00%
Meta de ventas	N	%
Nunca	0	0.00%
La mayoría de veces no	3	8.57%
Algunas veces sí, algunas veces no	15	42.86%
La mayoría de veces sí	10	28.57%
Siempre	7	20.00%
Total	35	100.00%
Desarrollo laboral	N	%
Nunca	0	0.00%
La mayoría de veces no	0	0.00%
Algunas veces sí, algunas veces no	3	8.57%
La mayoría de veces sí	7	20.00%
Siempre	25	71.43%
Total	35	100.00%
Cierra venta con producto adicional	N	%
Nunca	0	0.00%
La mayoría de veces no	18	51.43%
Algunas veces sí, algunas veces no	3	8.57%
La mayoría de veces sí	12	34.29%
Siempre	2	5.71%
Total	35	100.00%

Fuente: Resultados de la encuesta a los colaboradores

de las ferreterías del centro de Piura

TABLA 4

El financiamiento como factor importante para incrementar las ventas de las MYPES del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2023.

Fideliza clientes	N	%
Nunca	0	0.00%
La mayoría de veces no	8	22.86%
Algunas veces sí, algunas veces no	14	40.00%
La mayoría de veces sí	9	25.71%
Siempre	4	11.43%
Total	35	100.00%
Características del producto	N	%
Nunca	0	0.00%
La mayoría de veces no	1	2.86%
Algunas veces sí, algunas veces no	12	34.29%
La mayoría de veces sí	15	42.86%
Siempre	7	20.00%
Total	35	100.00%
Satisfacción con los resultados de ventas	N	%
Nunca	0	0.00%
La mayoría de veces no	8	22.86%
Algunas veces sí, algunas veces no	8	22.86%
La mayoría de veces sí	11	31.43%
Siempre	8	22.86%
Total	35	100.00%
Los precios como atractivo	N	%
Nunca	0	0.00%
La mayoría de veces no	2	0.00%
Algunas veces sí, algunas veces no	4	14.29%
La mayoría de veces sí	9	28.57%
Siempre	20	57.14%
Total	35	100.00%
Comunicación directa con su jefe	N	%
Nunca	4	11.43%
La mayoría de veces no	6	17.14%
Algunas veces sí, algunas veces no	7	20.00%
La mayoría de veces sí	12	34.29%
Siempre	6	17.14%
Total	35	100.00%

Fuente: Resultados de la encuesta a los colaboradores de las ferreterías del centro de Piura

5.2 Análisis de resultados:

Primer objetivo específico:

En la tabla 1 denominada: las entidades financieras son su fuente de financiamiento 51.14% equivalente a 4 encuestados respondieron que siempre. Datos contrastados con Artero De Herrera & Salinas Mojica(2018) cercanos a los resultados de su investigación sobre Según la información obtenida, se confirma que el 100% de las empresas del sector ferretero, poseen préstamos para la inversión en los activos que poseen, lo cual significa que no todos sus activos son propios. Datos contrastados con Bernal Carreño (2021) cercanos a los resultados de su investigación sobre fuentes de financiamiento en mipymes del sector ferretero en Bogotá, a través de educación en gestión financiera.

En la tabla 2 denominada: problemas para obtener créditos, 57.14% equivalente a 4 encuestados respondieron que nunca; el 14.29% equivalente a 1 encuestados respondió la mayoría de veces no; mientras que 14.29% indico que algunas veces sí, algunas veces no; en conclusión, la mayoría indica que no restricciones para acceder a un crédito. Datos contrastados con Mamani Ticona (2018) aproximados a los resultados de su investigación teniendo como resultado final de la investigación, se permitió afirmar que las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas, la gran mayoría de los encuestados obtuvieron financiamiento de terceros, entidades bancarias. Por otra parte, Llanccce Atao (2020) donde sus resultados reflejan que: el 80% de los encuestados afirman que están de acuerdo en que solicitar crédito. El 55% de los encuestados afirman que están de acuerdo en que el financiamiento ayuda a generar rentabilidad de la empresa. Asimismo, el 55% de los encuestados señalaron

que están muy de acuerdo en que la inversión adecuada es un factor importante para tener mejor participación en el mercado

En la tabla 3 denominada: Los créditos son adecuados para su microempresa, 42.86% equivalente a 4 encuestados respondieron que la mayoría de veces no; el 28.57% equivalente a 2 encuestados respondió algunas veces sí, algunas veces no; mientras que 14.29% la mayoría de veces no. En conclusión, la mayoría indica sí solicitó créditos en 2022. Datos contrastados con De La Cruz Díaz (2019) semejantes a los resultados de su investigación sobre cuantas veces los microempresarios decidieron acceder a un crédito, donde el 100% obtuvo préstamos del sistema bancario, el 16% obtuvo préstamos del sistema no bancario y el 33% obtuvo préstamos de terceras personas. Concluyendo que el financiamiento si tiene una influencia directa en la rentabilidad. El crédito obtenido en este rubro proviene de fuentes de financiamiento distintas, las cuáles han sido importantes para generar utilidades.

Segundo objetivo específico:

En la tabla 4 denominadas: solicito prestamos en año 2022, 57.14% equivalente a 4 encuestados respondieron que la mayoría de veces sí; el 28.57% equivalente a 2 encuestados respondió la mayoría de veces no, algunas veces no; mientras que 14.29% la mayoría de veces no. En conclusión, la mayoría indica no tener retrasos en sus pagos. Datos contrastados con Flores Quijano (2019) quien concluye en su investigación la empresa dedicada a la compra y venta de componentes de construcción en el distrito de independencia, generalmente ahí la necesidad de optar otros tipos de financiamiento donde sea beneficioso el tiempo de pago. De este modo, Clavijo & Areiza (2018) sobre la planificación táctica manifestó que viene a ser la

integrar nuevas metodologías, procesos y tecnologías dentro de sus establecimientos para guiar el desarrollo de las actividades o procesos.

En la tabla 5 denominadas: Se invirtió de manera adecuada el dinero prestado, 57.14% equivalente a 4 encuestados respondieron que siempre; el 28.57% equivalente a 2 encuestados respondió La mayoría de veces sí, algunas veces no, algunas veces no; mientras que 14.29% indicó que Algunas veces sí, algunas veces no. En conclusión, la mayoría indica opta por la capacitación. Datos contrastados con Merino Niño (2018)

en su investigación sobre el financiamiento del sector ferretero en el Perú, las microempresas al realizar nuevas inversiones, nuevos emprendimientos, nuevos retos que los llevan a aumentar sus ingresos, generándoles más utilidades económicas. Por

otra parte, Medina & Castro (2019), indica en su investigación que para contar con mayor eficacia en sus procesos debe de actualizar al personal en inventarios físicos periódicos, dado que este es un punto que pone en riesgo la rentabilidad de la empresa.

En la tabla 6 denominadas: sobre retrasos en sus pagos de créditos, indicando el 14.29% equivalente a 1 encuestados respondieron que sí; el 85.71% equivalente a 6 encuestados respondieron que no, Datos contrastados con Flores Quijano (2019) siendo muy cercanos al identificar la capacitación es parte fundamental de la empresa, así como sus diferentes tipos existentes. De otra parte, Artero De Herrera & Salinas Mojica(2018) se refirió a la evaluación de las estrategias de inversión y financiación para el sector ferretero.

En la tabla 7 denominadas: sobre si destino algún dinero para capacitación, indicando el 14.29% equivalente a 1 encuestados respondieron que sí; el 42.86% equivalente a 3 encuestados respondieron que no y solo 42.86% equivalente a 3 indico que tal vez. Datos contrastados con Mayta & Rodríguez (2022) donde sus datos

se aproximan a en el cual se hizo la elaboración del análisis del leasing y la rentabilidad como herramienta fundamental fue los Estados Financieros para determinar si la empresa genera liquidez. Por otro lado, Flores Quijano (2019) sobre el uso de la capacitación es parte fundamental de la empresa, así como sus diferentes tipos existentes.

Tercer objetivo específico:

En la tabla 8 denominadas: sobre si conoce técnicas de ventas, 51.43% equivalente a 18 encuestados respondieron que nunca; el 22.86% equivalente a 8 encuestados respondió algunas veces sí, algunas veces no; mientras que 20.00% indicó que la mayoría de veces sí. En conclusión, la mayoría no conoce técnicas de venta. Datos contrastados con Mamani Ticona (2018) que en su estudio se logro llegar a la conclusión de que se debe considerar el capacitar a los trabajadores como una inversión que es relevante para su empresa.

En la tabla 9 denominadas: sobre si la atención que brinda es buena, 42.86% equivalente a 15 encuestados respondieron que Algunas veces sí, algunas veces no; el 28.57% equivalente a 10 encuestados respondió la mayoría de veces sí; mientras que 20.00% indicó que siempre. En conclusión, los colaboradores tienen problemas para lograr las metas establecidas. Datos contrastados con Bernal Carreño (2021) sobre Fuentes De Financiamiento para lograr el crecimiento de las Mype del sector ferretero encontrando en esta muestra una presencia Media baja en la gestión financiera realizada por estas MiPymes, resultado que contrastado con la literatura y los resultados del sector.

En la tabla 10 denominadas: sobre si logra fidelizar clientes, 40.00% equivalente a 14 encuestados respondieron que algunas veces sí, algunas veces no; el 25.71%

equivalente a 9 encuestados respondió la mayoría de veces sí; mientras que 22.86% indicó que la mayoría de veces no. Entre tanto que solo el 11.43% dijo que siempre, En conclusión, los colaboradores no logran fidelizar clientes. Datos contrastados con Clavijo & Areiza (2018) sobre que las empresas contemplen la capacitación continua para sus empleados a corto, mediano y largo plazo, para el crecimiento de sus empleados y la generación de lealtad, de este modo podrán generar mayor número de ventas y clientes.

Cuarto objetivo específico:

En la tabla 11 denominadas: sobre si se siente satisfecho con sus resultados, indicando el 20.00% equivalente a 7 encuestados respondieron que sí; el 62.86% equivalente a 22 encuestados respondieron que no y solo 17.14% equivalente a 6 indico que tal vez, Datos contrastados con Gil Hernández (2021) sobre las estrategias financieras para aumentar la rentabilidad, donde obtuvo como resultado que debido a la competencia que actualmente existen en el mercado, además de la informalidad que hoy en día abunda es un factor determinante en la mejor e incremento de las ventas.

En la tabla 12 denominadas: sobre si logra vender productos adicionales, 51.43% equivalente a 18 encuestados respondieron que la mayoría de veces no; el 34.29% equivalente a 12 encuestados respondió la mayoría de veces sí; mientras que 8.57% indicó que algunas veces sí, algunas veces no. Datos contrastados con Rodríguez Alejandro (2020) donde se precisa que existen herramientas que ayudan a concluir las ventas como formas de pago, sin embargo, la reducción de plataformas digitales y la escasa publicidad de marca

En la tabla 13 denominadas: sobre si logra las ventas que traza la empresa, indicando el 31.43% equivalente a 11 encuestados respondieron que sí; el 37.14% equivalente a 13 encuestados respondieron que no y solo 31.43% indico que tal vez. Datos contrastados con Giles, Quiroga, & Quispe (2021) sobre la elaboración de una plataforma digital de ventas para la micro y pequeña empresa de ferreterías muestra en su investigación que tener una mayor sensibilidad del conocimiento del consumidor brinda una mayor oportunidad en la realización de metas de ventas.

En la tabla 14 denominadas: sobre si conoce los productos que vende, 31.43% equivalente a 11 encuestados respondieron que la mayoría de veces sí; el 22.86% equivalente a 12 encuestados respondió algunas veces sí, algunas veces no; mientras que 22.86% indicó que la mayoría de veces no. Entre tanto que solo el 22.86% dijo que siempre, En conclusión, los colaboradores no se sienten satisfechos con su desempeño. Datos contrastados con Artero De Herrera & Salinas Mojica(2018) siendo muy cercanos al obtner como resultados en su investigación la optimización de los recursos y capacidades internas y externas, para una buena administración y ejecución de sus estrategias financieras dirigidas a la sostenibilidad y crecimiento, lo cual las coloca en situación de riesgo frente a las condiciones de cambios políticos, sociales y económicos de nuestro país, partiendo de esta perspectiva se recomiendan una serie de acciones para el desarrollo del proceso del plan estratégico y financiero para garantizar la sostenibilidad y crecimiento de las micro y pequeñas empresas del sector.

VI. CONCLUSIONES

CONCLUSION GENERAL

En las ferreterías del centro de la ciudad de Piura; se encontró que un mayor financiamiento ayuda a mejorar las ventas en las microempresas del rubro ferreterías, dado que los clientes siempre concurren y son más asiduos a los locales donde tienen el stock que necesitan, ahorrándoles tiempo y cubriendo sus necesidades, dicho esto, la empresa también lograría ser recomendada eventualmente a otros clientes por parte de los clientes ya identificados con el negocio.

En las ferreterías del centro de la ciudad de Piura, se pudo concluir que los dueños de los negocios utilizan se ven en la necesidad de pedir préstamos hasta dos veces en un mismo año, dichos préstamos fueron invertidos mínimamente en la capacitación de sus colaboradores, siendo este un pilar importante para incrementar el índice de ventas en la empresa. Se debe tener en cuenta también que la mayoría de colaboradores únicamente cuenta con el conocimiento y experiencia empírica para poder orientar a sus clientes, y esto resta notablemente las posibilidades de cerrar las ventas.

Conclusiones específicas

De acuerdo al objetivo específico 1: Identificar la problemática sobre el financiamiento. Se concluye que los emprendedores tienen un conocimiento medio acerca de cómo financiar su negocio, lo que les ha permitido mantener sus negocios en el transcurrir de los años. Además de esto, en su memoria existía cierta renuencia para con el uso de los créditos bancarios. Este es un punto desfavorable debido a que casi la mitad de emprendedores utiliza créditos por parte de terceros, que terminan cobrando demasiados intereses en comparación de las entidades financieras, lo que

perjudica notablemente el crecimiento como negocio.

De acuerdo al objetivo específico 2: Describir los tipos de financiamiento que influyen en la mejora de las ventas. Se concluye que estas Mype por lo general tienen distintas necesidades por lo que comprar mercadería fue la más esencial en la encuesta realizada, la misma problemática cuando intentan destinar el dinero de sus créditos financieros y es que prima también la falta de estabilidad y determinación para dar curso a lo proyectado, dejando de lado un posible plan de ventas o de capacitación de cómo vender mejor sus productos, es así que como investigador puedo destacar la gran diferencia entre la capacidad de vender de los colaboradores de la competencia directa, como son los Malls colindantes a los negocios en cuestión. Sin embargo y a pesar de esto, en la encuesta realizada apenas un emprendedor contempla capacitar a sus empleados.

De acuerdo al objetivo específico 3: Determinar la importancia del financiamiento para la mejora de las ventas en las Mype del sector comercio del centro Piura en el rubro ferreterías, año 2023. Se determinó que tener una buena capacidad de atención al público por parte de los colaboradores es determinante para alcanzar la plenitud en las ventas estimadas de la empresa, es por ello, que, a pesar de obtener resultados positivos en la atención al cliente, no se están logrando obtener los resultados en ventas esperados. No Financiar capacitaciones en ventas está pasando factura a nuestros emprendedores.

De acuerdo al objetivo específico 4: Describir porque el financiamiento es un factor importante en la competencia para incrementar las ventas. Se concluye que la principal importancia del financiamiento para cumplir con la expectativa de incrementar las ventas es la obtención de habilidades y competencias; para lograrlo se tiene que contar

con una buena estructura en la que se divida los cursos o capacitaciones, de manera que se pueda evaluar el desempeño y obtención del conocimiento impartido. Paulatinamente tanto la empresa como el colaborador deberán ir evolucionando cumpliendo las expectativas.

VII. RECOMENDACIONES

Los microempresarios deben optar por una visión más amplia de cómo obtener un financiamiento, dado que esto es lo que la mayoría de las Mype necesita para poder diversificar su stock, asimismo se recomienda a los microempresarios que no están bien informadas sobre este tema ventas y como cerrar una venta, sobre los pros y los contras que esto implica. Cabe resaltar no todos acatarán o tendrán a bien lo que estos nuevos conocimientos implican, además de manejar la información deben saber en qué momentos solicitar un préstamo, debido a que el negocio al que se dedican tiene una amplia gama de productos a los cuales capacitarse e informarse para brindar un mejor servicio al cliente.

Las entidades financieras podrían crear planes o financiamientos acordes con las microempresas, en este caso ferreterías, con intereses que puedan pagarse sin problemas, asimismo brindar capacitaciones donde se involucren más a los microempresarios y las formas en las que pueden magnificar sus inversiones, es decir; que dejen de lado pagos y gastos personales, para que en dinero pueda emplearse netamente en el emprendimiento.

Asimismo, y debido al gran aporte que generan los microempresarios, el gobierno está en la facultad de brindar la mayor cantidad de facilidades en las entidades financieras del estado; con respecto al pago de impuestos, en cierta forma dando más facilidades para la formalización y creación de nuevos negocios. Estos contribuirían en ambas direcciones, tanto para el estado a nivel de recaudación como para los microempresarios al momento de la obtención de financiamiento.

Se recomienda también que los dueños brinden más prioridad al personal, considerando un plan de la capacitación respecto al cierre de ventas, además de ello, tener contacto con los proveedores de sus productos, estos a su vez podrían ofrecer capacitaciones de cómo se utilizan sus productos. En múltiples ocasiones esto queda relegado de las necesidades de los emprendimientos, es imprescindible que se dé la importancia a este factor para un crecimiento sostenido y sobre todo no quedar en el camino ante la competencia.

Se recomienda que a medida que el negocio vaya creciendo se haga una medición de la liquidez de la empresa, para poder mantener un estándar en el stock de productos, así como también y a medida que la microempresa crezca también lo hagan sus instalaciones, para que pueda darse la mejor atención posible, contar con el personal necesario para satisfacer las necesidades y dudas de sus clientes y que esto sea tomado como un valor agregado para la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (2020). <https://www.cepal.org/es/temas/pymes/acerca-microempresas-pymes>
- Aguilar Ayanaque, H. E. (2005). *Calidad De Servicios Como Ventajas Competitivas: Estudio De Caso Ibm*. Universidad De Las Americas Puebla; México.
- Aguilar, Yanina, K., Cano, & Esperanza, N. (2017). *Fuentes De Financiamiento Para El Incremento De La Rentabilidad De Las Mypes De La Provincia De Huancayo*. Huancayo.
- Álvarez, B., Morales, D., & Bascur, B. (2017). *Capacitación Y Su Impacto En La Productividad*. Los Ángeles.
- Andalon, C. (2005). *Liderazgo*. México.
- Arias, A. S. (19 De 10 De 2016). *Economipedia.Com*.
<https://economipedia.com/definiciones/capital-humano.html>
- Arias, E. R. (2020). *Economipedia*.
<https://economipedia.com/definiciones/credito-bancario.html>
- Armas, R. C. (10 De 04 De 2017). *Repositorio Uladech*.
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1007>
- Artero De Herrera, A. M., & Salinas Mojica, M. S. (2018). *Planeación Estratégica De Inversión Y Financiamiento En La Creación De Valor De Las Mypes Del Sector Ferretero En El Municipio De Ahuachapán*. Santa Ana.
- Avolio, G. (2005). *Liderazgo Organizacional*. Obtenido De Liderazgo Organizacional:
<https://www.google.com/search?q=tesis+sobre+liderazgo&ie=utf-8&oe=utf-8>
- Babbie, E. (2005). *Tipo De Investigación*. Estados Unidos.
- Beatrice Avolio, A. M. (2013). *Academia.Edu*.
http://www.academia.edu/32847592/Factores_Que_Limitan_El_Crecimiento_D
- Bernal Carreño, W. G. (2021). *Propuesta Para Mejorar El Acceso A Fuentes De Financiamiento En Mipymes Del Sector Ferretero En Bogotá, A Través De Educación En Gestión Financiera*. Bogotá.
- Blanchard, H. (2005). *Liderazgo*. Colombia.
- Cabrera, M. Y. (2018). *Propuesta De Un Plan De Capacitación Para Mejorar La Capacitación Al Cliente En El Sector Gastronómico Guayaquil Por Medio De La*. Guayaquil .

- Calle, S. A. (2019). *Caracterización De La Capacitación Y Atención Al Cliente De Las Mype Rubro Hoteles Una Estrella Del Centro Piura, Año 2017*. Piura.
- Cariat, N. M. (2018). *Impactos Del Financiamiento Para Las Mypes En El Sector Comercio En El Perú*. Lima.
- Case, K. Y. (2005). *Liderazgo*. Cuba: B - Universidad De Holguin "Oscar Lucero Moya".
- Castellanos, J. (2005). *Teoría De La Competitividad*. Colombia.
- Cattell, R. (2011). *Liderazgo*. Inglaterra.
- Chiavenato. (2007). Obtenido De [Http://Www.Cyta.Com.Ar/Ta1602/V16n2a3.Htm](http://Www.Cyta.Com.Ar/Ta1602/V16n2a3.Htm)
- Chiavenato, I. (2010). *Liderazgo*. Brasil.
- Chuquicusma, K. L. (2016). *Las Fuentes De Financiamiento Como*. Chiclayo.
<https://Repositorio.Uss.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.12802/5610/Cabrera%20mel%C3%A9ndez%20%26%20mateo%20chuquicusma.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y>
- Clavijo Pulido, J. D., & Areiza, J. A. (2018). *Propuesta De Capacitación, Para El Uso De Tecnologías Adecuadas Para El Sector Ferretero*. Bogotá D.C.
- Comisión Europea. (2020). <https://Www.Southeastasia-Iprhelpdesk.Eu/Es/Que-Ayuda-Tienen-Las-Pyme-Europeas-Su-Disposicion>
- Cordero, E. (2010). *Eumed*. [Http://Www.Eumed.Net/Tesis-Doctorales/2010/Eea/Competitividad.Htm](http://Www.Eumed.Net/Tesis-Doctorales/2010/Eea/Competitividad.Htm)
- Covey, S. (2005). *Los Cuatro Roles Del Liderazgo*. Estados Unidos.
- Davis. (2007). *Liderazgo*. Colombia.
- De La Cruz Díaz, O. S. (2019). *El Financiamiento Y Su Influencia En El Desarrollo De La Rentabilidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas, En El Sector Comercio, Rubro Ferreterías, De La Av. Bolognesi, Distrito De Huaráz, 2019*. Huaráz.
- Durand. (1952). *Docs Google*.
https://Docs.Google.Com/Document/D/1lqe4eetznqmpxdyxuubvzrchiseb93vuncslu_Eimi/Edit?Hl=En
- Eli, V. C. (2016). *Repositorio Uladech*.
[Http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/8534/Financiamiento_Micro_Y_Pequeñas_Empresas_Villarreal_Chavez_Elmer_%20eli.Pdf?Sequence=1](http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/8534/Financiamiento_Micro_Y_Pequeñas_Empresas_Villarreal_Chavez_Elmer_%20eli.Pdf?Sequence=1)
- Estevez, A. (03 De 2020). *Significado.Com*.
<https://Significado.Com/Adiestramiento/>
- Etecé, E. (05 De 08 De 2021). Concepto: <https://Concepto.De/Habilidad-2/>

- Flores Quijano, H. C. (2019). *Caracterización Del Financiamiento, La Capacitación Y La Rentabilidad De Las Mypes Del Sector Comercio – Rubro De Ferreterías En Compra Y Venta De Componentes De Construcción En El Distrito De Independencia, 2019*. Huaráz.
- Galvez Ruiz, J. A. (2011). *Caracterización Del Financiamiento, La Capacitación, La Competitividad Y La Rentabilidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Pesquero-Rubro Piscigranjas De Paco Y Gamitana, Del Distrito De Callería-Periodo 2009-2010*. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote; Pucallpa.
- García Pacheco, N. P. (18 De 11 De 2015). *Revista Científica Horizonte Empresarial*. [. Https://Revistas.Uss.Edu.Pe/Index.Php/Emp/Article/View/208](https://Revistas.Uss.Edu.Pe/Index.Php/Emp/Article/View/208)
- García Tovar, B. R. (2018). *Gestión Laboral: Un Análisis De La Capacitación Y Su Impacto En La Productividad. Caso Central Termoeléctrica De Ciclo Combinado*. Querétaro.
- García, R. (2019). *La Capacitación Y Su Relación Con El Desempeño Laboral Del Personal Administrativo En La Calidad Del Servicio Al Usuario, En El Hospital Belén*. Pimentel.
- Gil Hernández, O. Y. (2019). *Estrategias Financieras Para Aumentar La Rentabilidad De La Ferretería Ortiz Vásquez Empresa Individual De Responsabilidad Limitada, Chiclayo 2019*. Chiclayo.
- Giles Campos, M. A., Quiroga Dávila, P. A., & Quispe Astupiñan, J. P. (2021). *Plan De Negocio Para La Elaboración De Una Plataforma Digital De Ventas Para La Micro Y Pequeña Empresa De Ferreterías Y Mejoramiento Para El Hogar*. Lima.
- Group, B. E.-C. (15 De 02 De 2017). *Bogotá: E-Cultura Group*. [Https://Definiciona.Com/Instructor/](https://Definiciona.Com/Instructor/)
- Guzmán Chavez, V. (05 De Setiembre De 2007). *Slideshare*. Slideshare: [Http://Es.Slideshare.Net/Viridianaguzman/Investigacion-Tema-Liderazgo?Related=1](http://Es.Slideshare.Net/Viridianaguzman/Investigacion-Tema-Liderazgo?Related=1)
- Hernández, R. (2018). *Metodología De La Investigación*. México: Mcgraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. De C.V.
- Hipotecaria, L. (Octubre De 2014). *La Hipotecaria*. [Https://Www.Lahipotecaria.Com/Colombia/Wp-Content/Uploads/2014/10/Glosario-Terminos-Financieros.Pdf](https://Www.Lahipotecaria.Com/Colombia/Wp-Content/Uploads/2014/10/Glosario-Terminos-Financieros.Pdf)
- Huaman Silva, L., Ocampos Guerrero, L., & García Lizano , Y. (2014). *Scribd*. [Https://Es.Scribd.Com/Doc/208391893/Mypes-En-El-Peru-Y-Mundo](https://Es.Scribd.Com/Doc/208391893/Mypes-En-El-Peru-Y-Mundo)
- Humanos, K. R. (S.F.). *Koiwe*. [Http://Www.Koiwerrhh.Com.Ar/Capacitacion.Html](http://Www.Koiwerrhh.Com.Ar/Capacitacion.Html)

- Illanes, L. F. (03 De 2017). *Respostorio Univesidad De Chile*.
<Http://Repositorio.Uchile.Cl/Bitstream/Handle/2250/145690/Illanes%20za%E2>
- Inei. (2021). *Demografía Empresarial En El Perú*. Lima.
Https://Www.Inei.Gob.Pe/Media/Menurecursivo/Boletines/Boletin_Demografia_Empresarial.Pdf
- Latinoamérica, S. (19 De 04 De 2022).
<Https://Www.Salesforce.Com/Mx/Blog/2022/04/Tipos-De-Ventas-Que-Tipos-Existen-Y-Cuales-Usar.Html>
- León Guevara, C. P. (2013). - *Caracterización Del Liderazgo Transformacional En Las Mype Del Sector Servicio - Rubro Hoteles De Dos Estrellas De La Ciudad De Huaraz, Año 2013*. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote; Piura.
- Linares Vera Portocarrero, J. L. (2015). *Concepto Ventas (Desde La Mezcla De Mercadotecnia)*.
<Https://Hopelchen.Tecnm.Mx/Principal/Sylabus/Fpdb/Recursos/R103018.Pdf>
- Llancece Atao, F. R. (2020). *Alicia.Concytec*. Obtenido De Alicia.Concytec:
Https://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/20.500.13032/23885/Comercio_Ferreteria_Cutti_Bellido_Frank_Josue.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y
- Lombana, H. (2005). *Niveles De Competitividad*. Colombia.
- Macalupú, A. A. (2019). *Formalización Y El Acceso A Créditos Financieros*. Piura.
- Mamani Ticona, W. D. (2018). *Caracterización Del Financiamiento Y La Rentabilidad De Las Mype Del Sector Comercio, Rubro Ferreterías – Caso: Ferreterías De La Av. Huancane Del Distrito De Juliaca – Período 2018*. Juliaca .
- Mathias, L. (2020). Obtenido De <Https://Clubdeltrade.Com/Blog/Gestion-Fuerza-Ventas/>.
- Mayta Arribasplata, Y. L., & Rodríguez Chávez, N. F. (2022). *El Leasing Y La Rentabilidad En La Ferretería Del Norte S.R.L. En El Distrito De Cajamarca, 2021* . Cajamarca.
- Medina Cruz, K. E., & Castro Carrasco, L. B. (2019). “*Evaluación Del Control Interno Al Proceso De Almacén Basado En El Modelo Coso, Para La Empresa Servicios Generales Todo Materiales E.I.R.L. En Ignacio Escudero 2018 – 2019*”. Ignacio Escudero.
- Mendoza, J. A. (2021). *Mejora Del Proceso Crediticio Aplicando La Metodología Phva En La Cmac Paita*. Piura.

- Merino Niño, A. E. (2018). *Caracterización Del Financiamiento Del Sector Ferretero Micro Empresarial En El Perú Caso: Ferretería Electrónica Clavijo S.R.L, Piura - 2018*. Piura.
- Miranda, J. C. (2017). *Caracterización Del Financiamiento Y La Capacitación En Las Mype Rubro Restaurant- Pollería En La Ciudad De Piura, Año 2017*. Piura.
- Miranda, Y. L. (2016). *Caracterización Del Financiamiento Y La Capacitación De Las Mype Turísticas-Rubro*. Sullana.
Http://Repositorio.Uladech.Edu.Pe/Bitstream/Handle/123456789/1077/Financiamiento_Capacitacion_Torres_Miranda_Yesenia_Liset.Pdf?Sequence=1&Isallowed=Y
- Montero, M. (2017). *Emprende Pyme*. <Https://Www.Emprendepyme.Net/Objetivos-Del-Plan-Financiero.Html>
- Morán, M. Y. (2018). *Caracterización De Capacitación Y Atenciónal Cliente De Las Mype Rubro Librerías Del Centro De Piura, Año 2018*. Piura.
- Muñoz Gálvez, W. G. (2022). *Implementación De Un Sistema De Ventas En La Ferretería Sol Andino - Piura 2022*. Piura.
- Nicuesa, M. (11 De 2015). *Definición Abc*.
<Https://Www.Definicionabc.Com/Negocios/Competente.Php>
- Páez, G. (31 De 01 De 2020). *Economipedia*.
<Https://Economipedia.Com/Definiciones/Sobreendeudamiento.Html>
- Payat, M. A. (2010). <Https://Www.Gestiopolis.Com/Pensamientos-Acerca-Capacitacion-Empresa/>
- Pedrosa, J. (09 De 02 De 2016). *Economipedia.Com*.
<Https://Economipedia.Com/Definiciones/Amortizacion.Html>
- Periche, Z. M. (2021). *Planeación Y Capacitación En Las Mype Rubro Restaurantes Del Parque Néstor Martos, Urbanización Santa Ana (Piura), Año 2021*. Piura.
- Porter, M. (26 De Julio De 2013).
<Https://Www.Google.Com/Search?Q=Tesis+Sobre+Competitividad&Ie=Utf-8&Oe=Utf-8#Q=Competitividad+Segun+Porter>
- Quesada, M. I. (2006). *El Mercado De Crédito Para La Micro Y Pequeña Empresa, En El Distrito De Trujillo De La Región La Libertad*. Piura.
- Quesada, M. L. (2006). *El Mercado De Crédito Para Las Micro Y Pequeñas Empresas, En El Distrito De Trujillo De La Región La Libertad*. Piura.
- Quesada, M. L. (2006). *Repositorio Institucional Pirhua*.
Https://Pirhua.Udep.Edu.Pe/Bitstream/Handle/11042/1322/Eco_027.Pdf

- Quintal, P. (6 De 01 De 2023). *Tienda Nube*.
<https://www.tiendanube.com/blog/mx/microempresas/>
- Quispe Cruz, D. A. (2018). *Caracterización Del Financiamiento, Capacitación Y Rentabilidad De Las Micro Y Pequeñas Empresas, Del Sector Comercio Rubro Ferreterías De La Av. Patricio Meléndez De La Ciudad De Tacna, Año 2018*. Tacna.
- Quispe, L. A. (2015). *Caracterización Del Financiamiento, Capacitación Y Rentabilidad De Mypes Del Sector Comercio – Abarrotes Del Mercado Cerro Colorado Del Distrito De Juliaca*. Juliaca.
- Rosario, J. M. (2013). *Eoi Blogs*.
<https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/06/04/Rr-Hh-Formacion-De-Personal/>
- Sampieri, H. (2005). *Slideshare*. Slideshare:
<http://es.slideshare.net/igneigna/metodologia-de-la-investigacion-5ta-edicion-de-hernandez-sampieri>
- Sampieri, H. (2006). *Metodología De La Investigación*. México.
- Sampieri, H. (2006). Nivel De La Investigación. En H. Sampieri, *Metodología De La Investigación*. México.
- Sandhusen, R. (2010). *Introducción A La Metodología De La Investigación*. México.
- Santos, F. J. (Enero De 2018). *Recursos Biblio*.
<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/43/Rojas-Francisco.Pdf>
- Sarmiento, R. (2005). *Core*. Obtenido De <https://core.ac.uk/display/7077212>
- Sence, E. (Mayo De 2003). *Empresas Sence*.
http://empresas.sence.cl/documentos/estudios/glosario_tecnico.pdf
- Sevilla, A. (01 De 11 De 2015). *Econopedia*.
<https://economipedia.com/definiciones/liquidez.html>
- Siguenza Rojas, J. D. (2015). *Gestión, Liderazgo Y Valores En La Escuela De Educación Básica "Dolores Sucre" Del Cantón Azogues, Durante El Año Lectivo 2013 - 2014*. Pontificia Universidad Católica Del Ecuador.
- Solanes, R. (9 De Mayo De 2019). *Pimealdia*. <https://www.pimealdia.org/es/las-pymes-europeas-motor-economico-europa/>
- Solís Gramajo, M. J. (2018). *Servicio Al Cliente En Las Ferreterías Del Municipio De Salcajá*. Quetzaltenango.
- Soto Acuña, N. A. (2015). *Caracterización Del Estilo Del Liderazgo Carismático En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector De Servicios – Rubro Hoteles De Tres Estrellas En El Distrito De Sullana, 2014*. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, Piura.

- Vilela Mendoza, R. A. (2014). - *Caracterización De La Competencia Laboral Y Competitividad En Las Mype, Rubro Courier De Piura, Año 2014*. Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote; Piura.
- Visa. (29 De 07 De 2014). Visa. <https://www.visa.com.mx/dirija-su-negocio/pequenas-medianas-empresas/notas-y-recursos/productividad/funcion-interes.html>
- Weber, M. (2010). *Tipos De Liderazgo*. Alemania.
- Yenque, L. D. (2018). *Financiamiento Y Capacitación De Las Mype Rubro Panadería De San Pedro-Talara, Año 2016*. Talara - Piura.
- Zayas Agüero, P. M. (2006). *Funciones Del Liderazgo*. México.

ANEXOS

ANEXO 1: Cronograma de actividades

Cronograma de actividades																				
ACTIVIDADES	SEMESTRE 2022-III																			
	Diciembre				Enero				Febrero				Marzo							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1. Elaboración del Proyecto																				
2. Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación																				
3. Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación.																				
4. Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor.																				
5. Mejora del marco teórico.																				
6. Redacción de la revisión de la literatura.																				
7. Elaboración del consentimiento informado (*).																				
8. Ejecución de la metodología																				
9. Resultados de la investigación																				
10. Análisis de los resultados																				
11. Conclusiones y recomendaciones																				
12. Redacción del pre informe de Investigación																				
13. Reacción del informe final																				
14. Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación																				
Presentación de ponencia en eventos científicos																				
15. Redacción de artículo científico.																				

ANEXO 2: PRESUPUESTO

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
CATEGORIA	COSTO S/.	N° ó cantidad	TOTAL, S/.
Suministros			
○ <i>Impresiones</i>	0.30	70	21.00
○ <i>Papel A4</i>	0.10	200	20.00
○ <i>Fotocopias</i>	0.10	140	14.00
○ <i>Empastado</i>	8.00	2	16.00
Servicios			
○ <i>Uso de Turnitin</i>	100.00	2	100
○ <i>Internet (uso por mes)</i>	50	4	200
SUB TOTAL			423.10
○ <i>Pasajes para recolectar información</i>	3.00	8	24.00
○ <i>Taller de investigación</i>	2800	1	2800
SUB TOTAL			24.00
Total de presupuesto desembolsable			3247.10
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
CATEGORIA	COSTO S/.	N° ó cantidad	TOTAL, S/.
Servicios			
○ Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40	4	160.00
○ Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	50.00
SUB TOTAL			210.00
Recurso Humano			
○ Asesoría personalizada	80	5	400
Total de presupuesto no desembolsable			610
TOTAL (S/.)			1007.10

ANEXO 3 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Cuestionario Dirigido al Dueño/Administrador/ Gerente de la ferretería

Este cuestionario servirá para conocer su percepción acerca del emprendimiento que se lleva a cabo en las MYPE rubro Ferreterías del centro de Piura, año 2023. El instrumento no es una evaluación del negocio y tiene carácter anónimo. Los ítems están medidos en la escala dicotómica de: **Nunca, la mayoría de veces no, algunas veces sí, algunas veces no, la mayoría de veces sí, Siempre**

Datos demográficos

Edad: _____ Estado civil: _____ Género: _____

Nivel de estudios:

Años en el negocio:

Sexo: Masculino () Femenino ()

Tipo de persona: Natural () Jurídica ()

I. FINANCIAMIENTO DE LA MYPE

2.2 ¿Las entidades financieras son su principal fuente de financiamiento?

Nunca	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces no	<input type="checkbox"/>
Algunas veces sí, algunas veces no	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces sí	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

2.3 ¿Tuvo inconvenientes para solicitar algún préstamo?

Nunca	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces no	<input type="checkbox"/>
Algunas veces sí, algunas veces no	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces sí	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

2.4 ¿Las entidades financieras le brindan el crédito adecuado al ser una microempresa?

Nunca	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces no	<input type="checkbox"/>
Algunas veces sí, algunas veces no	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces sí	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

2.5 ¿Solicitó préstamos el año 2022?

Nunca	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces no	<input type="checkbox"/>
Algunas veces sí, algunas veces no	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces sí	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

2.6 ¿Fue invertido de manera adecuada el crédito que usted adquirió?

Nunca	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces no	<input type="checkbox"/>
Algunas veces sí, algunas veces no	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces sí	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

2.7 ¿Se atrasó en los pagos del algún crédito?

Nunca	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces no	<input type="checkbox"/>
Algunas veces sí, algunas veces no	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces sí	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

2.8 ¿Destinó algún porcentaje de sus créditos para capacitación?

Nunca	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces no	<input type="checkbox"/>
Algunas veces sí, algunas veces no	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces sí	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

2.9 ¿Capacitar a sus empleados siempre está incluido en su plan de financiamiento?

Nunca	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces no	<input type="checkbox"/>
Algunas veces sí, algunas veces no	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces sí	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

2.10 ¿Invertir en capacitación tuvo consecuencias negativas al surtir su inventario?

Nunca	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces no	<input type="checkbox"/>
Algunas veces sí, algunas veces no	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces sí	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>



Cuestionario Dirigido a los Colaboradores/ Trabajadores de la ferretería

Este cuestionario servirá para conocer su percepción acerca del emprendimiento que se lleva a cabo en las MYPE rubro Ferreterías del centro de Piura, año 2023. El instrumento no es una evaluación del negocio y tiene carácter anónimo. Los ítems están medidos en la escala dicotómica de Nunca, la mayoría de veces no, algunas veces sí, algunas veces no, la mayoría de veces sí, Siempre

Datos demográficos

Edad: _____ Estado civil: _____ Género: _____

Nivel de estudios:

Años en el negocio:

Sexo: Masculino () Femenino ()

Tipo de persona: Natural () Jurídica ()

II. VENTAS DE LA MYPE

2.1 ¿Ha sido capacitado con alguna técnica de ventas?

Nunca	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces no	<input type="checkbox"/>
Algunas veces sí, algunas veces no	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces sí	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

2.2 ¿Considera que sus clientes son bien atendidos por usted?

Nunca	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces no	<input type="checkbox"/>
Algunas veces sí, algunas veces no	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces sí	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

2.3 ¿Está cumpliendo con las metas de ventas

Nunca	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces no	<input type="checkbox"/>
Algunas veces sí, algunas veces no	<input type="checkbox"/>
La mayoría de veces sí	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>

2.4 ¿Considera que los cursos de capacitación son necesarios para su desarrollo laboral?

Nunca
La mayoría de veces no
Algunas veces sí, algunas veces no
La mayoría de veces sí
Siempre

2.4 ¿Logra convencer al cliente de que compre algún producto adicional?

Nunca
La mayoría de veces no
Algunas veces sí, algunas veces no
La mayoría de veces sí
Siempre

2.5 ¿Ha logrado fidelizar clientes?

Nunca
La mayoría de veces no
Algunas veces sí, algunas veces no
La mayoría de veces sí
Siempre

2.6 ¿Conoce las cualidades y características de los productos que venden?

Nunca
La mayoría de veces no
Algunas veces sí, algunas veces no
La mayoría de veces sí
Siempre

2.7 ¿Se siente satisfecho con los resultados de sus ventas?

Nunca
La mayoría de veces no
Algunas veces sí, algunas veces no
La mayoría de veces sí
Siempre

2.8 ¿Considera que los precios son un punto atractivo de la empresa?

Nunca
La mayoría de veces no
Algunas veces sí, algunas veces no
La mayoría de veces sí
Siempre

2.9 ¿Tiene facilidad de palabra?

Nunca
La mayoría de veces no
Algunas veces sí, algunas veces no
La mayoría de veces sí
Siempre

2.11 ¿La comunicación es directa con sus jefes?

Nunca

La mayoría de veces no

Algunas veces sí, algunas veces no

La mayoría de veces sí

Siempre

Población de las Mypes Rubro Ferreterías del Centro de Piura.

Nombre	Dirección	Ruc	N° Trabajadores
Ferretería "El Martillo"	Calle Cuzco 1004 1006 Esq. Con Apurímac 601	20600089154	4
Ferretería "Otero S.R.L"	Avenida Sánchez Cerro, 1204	20207583171	6
Ferretería "Industrial"	Av. Bolognesi 638	10026448927	5
Ferretería "Roberto Cotlear E.I.R.L"	Avenida Sánchez Cerro, 629	20444287466	6
Ferretería "Bisancor S.A.C"	Av. Arequipa 843	20102049181	7
Ferretería "Ferriequipo E.I.R.L"	Av. Libertad 407	23601254213	7

ANEXO 4: Validación de expertos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES.

Apellidos y Nombres del experto: *Villalta Cornejo José Antonio*

Profesión o Especialidad: *Administración de Empresas*

Institución donde labora: *Dirección Regional de Educación Piura*

Instrumento motivo de la evaluación: *Cuestionario*

II. VALIDACION DE JUICIO POR EXPERTOS

VALIDACION DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Descripciones	CRITERIOS DE EVALUACION							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿necesita mejorar la redacción?		¿es tendencia o o aquiescente?		¿se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Nombre del experto:								
OE - 1	Identificar la problemática sobre el financiamiento en las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2022.								
1	¿Cómo financia su actividad empresarial?	X		X		X		X	
2	¿Qué entidad le proporciona mayor facilidad para la obtención de financiamiento?	X		X		X		X	
3	¿Cuántas veces solicitó préstamos el año 2022?	X		X		X		X	
OE - 2	Describir los tipos de financiamiento que influyen en la mejora de las ventas de las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2022.								
3	¿En qué fue invertido el crédito financiero que usted ha adquirido?	X		X		X		X	
4	¿Fue suficiente el financiamiento destinado para capacitación?	X		X		X		X	
5	¿Capacitar a sus empleados siempre está incluido en su plan de financiamiento?	X		X		X		X	
6	¿Invertir en capacitación tuvo consecuencias negativas al	X		X		X		X	


	surtir su inventario?				X		X		X
OE - 3	Determinar la importancia de la capacitación para la mejora en las Mype del sector comercio del centro Piura en el rubro ferreterías, año 2022.								
13	¿Les proporcionan guías para realizar sus actividades?	X			X		X		X
15	¿Son importantes para usted los cursos de capacitación que brinda la empresa?	X			X		X		X
16	¿Los cursos de capacitación que ha recibido han sido eficaces para la realización de su trabajo?	X			X		X		X
17	¿Considera que los cursos de capacitación son interesantes y necesarios para su desarrollo laboral?	X			X		X		X
18	¿La empresa demuestra tener interés en usted para su desarrollo personal?	X			X		X		X
OE-4	Describir porque la capacitación en un factor importante en la competencia para incrementar las ventas de las MYPES del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2022.								
26	¿Le gusta recibir cursos de capacitación?	X			X		X		X
27	¿Cree Ud. ¿Que la capacitación de la empresa ha mejorado en el último año?	X			X		X		X
28	¿Considera Ud. ¿Que la adecuada capacitación mejora las ventas en la empresa?	X			X		X		X
29	¿Recibe capacitación para mejorar la calidad del servicio que ofrece?	X			X		X		X

Piura, 07 enero 2023


 COLEGIO DE LICENCIADOS EN ADMINISTRACION
 Mg. José Antonio Vllalta Cornejo
 CLAD. 15212

Matriz de operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Dimensión	Dimensión operacional	Indicadores	Escala	Fuente
FINANCIAMIENTO	Es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc.	Grado de financiamiento	La dimensión grado de financiamiento se medirá con sus indicadores (facilidades del sistema financiero, capacidad de endeudamiento, satisfacer la demanda, expandirse en el mercado) con la técnica de la encuesta y el instrumento que es el cuestionario con escala nominal.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Facilidades del sistema financiero ✓ Capacidad de endeudamiento ✓ Satisfacer la demanda ✓ Satisfacer la demanda 	Nominal	Dueño
		Tipos financiamiento	La dimensión grado de financiamiento se medirá con sus indicadores (crecimiento institucional, mayor calidad, aumento de la competitividad, mayor productividad, amplio stock.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crecimiento institucional ✓ Mayor calidad ✓ Aumento de la competitividad ✓ Mayor productividad 	Nominal	Dueño
CAPACITACIÓN	Es un proceso continuo de enseñanza-aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los colaboradores, que les permitan un mejor desempeño en sus labores habituales.	Grado de capacitación	La dimensión grado de capacitación se medirá con sus indicadores (desempeño laboral, incremento en sus habilidades, mejor servicio al cliente, mayor compromiso con la empresa) con la técnica de la encuesta y el instrumento que es el cuestionario con escala nominal.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desempeño laboral ✓ Incremento en sus habilidades 	Nominal	Trabajadores
		Tipos capacitación	La dimensión grado de capacitación se medirá con sus indicadores con la técnica de la encuesta y el instrumento que es el cuestionario con escala nominal.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejor servicio al cliente ✓ Mayor compromiso con la empresa 	Nominal	Trabajadores


CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ADMINISTRACIÓN
 Mg. José Antonio Velásquez Cornejo
 CLAD - 15212



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBO

INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES.

Apellidos y Nombres del experto: QUIMAN CASTRO IVAN ARTURO

Profesión o Especialidad: ADMINISTRADOR

Institución donde labora: ADYERBIA GUZMÁN

Instrumento motivo de la evaluación: ENCUESTA

II. VALIDACION DE JUICIO POR EXPERTOS

VALIDACION DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Descripciones	CRITERIOS DE EVALUACION							
		¿Es pertinente a con el concepto?		¿secreta mejorar la redacción?		¿se fundamenta o respaldan?		¿se necesitan más datos para emitir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Nombre del experto:								
OE - 1	Identificar la problemática sobre el financiamiento en las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2022.								
1	¿Cómo financia su actividad empresarial?	X			X		X		X
2	¿Qué entidad le proporciona mayor facilidad para la obtención de financiamiento?	X			X		X		X
3	¿Cuántas veces solicitó préstamos el año 2022?	X			X		X		X
OE - 2	Describe los tipos de financiamiento que influyen en la mejora de las ventas de las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2022.								
3	¿En qué fue invertido el crédito financiero que usted ha adquirido?	X			X		X		X
4	¿Fue suficiente el financiamiento destinado para capacitación?	X			X		X		X
5	¿Capacitar a sus empleados siempre está incluido en su plan de financiamiento?	X			X		X		X
6	¿Invertir en capacitación tuvo consecuencias negativas al emitir su inventario?	X			X		X		X

CAJ
Mgtr. Ivan Arturo Guzmán Castro
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
C.I.B. N° 5197

OE-3	Determinar la importancia de la capacitación para la mejora en los MYPE del sector comercio del centro Piara en el rubro ferreterías, año 2022.						
13	¿Las proposiciones guían para realizar sus actividades?	✓		✓	✓	✓	✓
15	¿Son importantes para usted los cursos de capacitación que brinda la empresa?	✓		✓	✓	✓	✓
16	¿Los cursos de capacitación que ha recibido han sido eficaces para la realización de su trabajo?	✓		✓	✓	✓	✓
17	¿Considera que los cursos de capacitación son interesantes y necesarios para su desarrollo laboral?	✓		✓	✓	✓	✓
18	¿La empresa demuestra tener interés en usted para su desarrollo personal?	✓		✓	✓	✓	✓
OE-4	Describir porque la capacitación es un factor importante en la competencia para incrementar las ventas de los MYPES del sector comercio del centro de Piara en el rubro ferreterías, año 2022.						
26	¿Le gusta recibir cursos de capacitación?	✓		✓	✓	✓	✓
27	¿Cree Ud. ¿Que la capacitación de la empresa ha mejorado en el último año?	✓		✓	✓	✓	✓
28	¿Considera Ud. ¿Que la adecuada capacitación mejora las ventas en la empresa?	✓		✓	✓	✓	✓
29	¿Recibe capacitación para mejorar la calidad del servicio que ofrece?	✓		✓	✓	✓	✓

Piara, 12 enero 2023


 Mgr. Juan Arturo Guzmán Castro
 LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
 C.A.D. N° 3282



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES.

Apellidos y Nombres del experto: Stalyn Fernando Medina Sunción
 Profesión o Especialidad: Administración de Empresas
 Institución donde labora: Independiente
 Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario

II. VALIDACION DE JUICIO POR EXPERTOS

VALIDACION DE JUICIO POR EXPERTOS									
Orden	Descripciones	CRITERIOS DE EVALUACION							
		¿Es pertinente con el concepto?		¿necesita mejorar la redacción?		¿es tendencia o aquiescente?		¿se necesita más ítems para medir el concepto?	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
	Nombre del experto:								
OE - 1	Identificar la problemática sobre el financiamiento en las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2022.								
1	¿Cómo financia su actividad empresarial?	X			X		X		X
2	¿Qué entidad le proporciona mayor facilidad para la obtención de financiamiento?	X			X		X		X
3	¿Cuántas veces solicitó préstamos el año 2022?	X			X		X		X
OE - 2	Describir los tipos de financiamiento que influyen en la mejora de las ventas de las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2022.								
3	¿En qué fue invertido el crédito financiero que usted ha adquirido?	X			X		X		X
4	¿Fue suficiente el financiamiento destinado para capacitación?	X			X		X		X
5	¿Capacitar a sus empleados siempre está incluido en su plan de financiamiento?	X			X		X		X
6	¿Invertir en capacitación tuvo consecuencias negativas en...	X			X		X		X

Stalyn Fernando Medina Sunción
 REG. UNIC. DE COLEG. N° 14199

	surtir su inventario?							
OE - 3	Determinar la importancia de la capacitación para la mejora en las Mype del sector comercio del centro Piura en el rubro ferreterías, año 2022.							
13	¿Les proporcionan guías para realizar sus actividades?	X		X	X		X	
15	¿Son importantes para usted los cursos de capacitación que brinda la empresa?	X		X	X		X	
16	¿Los cursos de capacitación que ha recibido han sido eficaces para la realización de su trabajo?	X		X	X		X	
17	¿Considera que los cursos de capacitación son interesantes y necesarios para su desarrollo laboral?	X		X	X		X	
18	¿La empresa demuestra tener interés en usted para su desarrollo personal?	X		X	X		X	
OE-4	Describir porque la capacitación en un factor importante en la competencia para incrementar las ventas de las MYPES del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2022.							
26	¿Le gusta recibir cursos de capacitación?	X		X	X		X	
27	¿Cree Ud. ¿Que la capacitación de la empresa ha mejorado en el último año?	X		X	X		X	
28	¿Considera Ud. ¿Que la adecuada capacitación mejora las ventas en la empresa?	X		X	X		X	
29	¿Recibe capacitación para mejorar la calidad del servicio que ofrece?	X		X	X		X	

Piura, 07 enero 2023


 Mg. Stalin Fernando Medina Suanichón
 REG. UNIC. DE COLEG. N° 14199

Anexo 5. Libro de código

Dueños Encuestados

NUMERO	Objetivo 1				Objetivo 2				
	pregunta 1	pregunta 2	pregunta 3	pregunta 4	pregunta 5	pregunta 6	pregunta 7	pregunta 8	pregunta 9
1	3	1	2	2	5	5	2	3	4
2	4	1	2	4	5	2	4	5	3
3	4	1	4	3	4	3	2	4	4
4	5	2	3	4	5	5	4	5	3
5	5	1	5	4	2	2	2	5	4
6	5	3	2	3	5	5	3	4	3
7	5	1	5	4	5	2	2	5	2

Colaboradores Encuestados

NÚMERO	Objetivo 3					Objetivo 4				
	pregunta 1	pregunta 2	pregunta 3	pregunta 4	pregunta 5	pregunta 6	pregunta 7	pregunta 8	pregunta 9	pregunta 10
1	1	4	5	4	2	5	4	5	5	4
2	3	3	5	5	4	2	3	4	5	3
3	1	4	2	3	2	3	4	2	5	4
4	3	4	5	5	4	2	4	5	4	2
5	1	3	2	5	2	5	3	2	5	4
6	3	4	3	5	4	3	5	3	4	3
7	4	3	5	5	2	4	3	4	5	5
8	1	5	3	5	4	2	4	3	5	4
9	3	4	3	3	2	3	3	2	4	5
10	1	4	4	5	2	5	5	3	5	3
11	1	4	3	5	2	3	3	4	4	4
12	1	3	2	5	4	2	4	2	3	5
13	3	4	3	5	2	5	3	4	5	4
14	1	5	5	5	2	3	5	2	4	3
15	5	4	5	5	2	5	4	5	5	5
16	1	3	3	5	4	4	3	4	5	3
17	3	4	4	4	2	2	3	3	4	2
18	3	5	3	5	4	3	4	4	5	4
19	1	3	4	5	2	4	3	2	4	5
20	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4

21	1	5	4	3	2	4	4	5	5	5
22	4	4	3	5	4	3	3	5	3	3
23	1	3	3	5	2	4	3	4	5	4
24	2	4	4	4	3	2	4	5	4	2
25	4	5	3	5	2	4	3	4	5	5
26	1	4	4	4	2	3	4	3	5	3
27	3	4	3	5	2	2	4	4	3	1
28	1	4	4	4	4	4	3	2	5	2
29	1	4	3	5	3	3	3	3	3	4
30	4	2	3	5	4	2	4	5	4	1
31	4	3	3	5	2	3	3	4	5	2
32	1	4	4	5	4	4	3	2	2	1
33	1	5	4	5	3	3	4	5	5	2
34	4	4	5	4	2	4	3	3	2	1
35	1	4	4	5	2	3	4	5	5	4

ANEXO 4: Consentimiento Informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: *El Financiamiento Para La Mejora De Las Ventas De Las Mype Comerciales, Rubro Ferreterías Del Centro De Piura, Año 2023* y es dirigido por Walter Encalada Barranzuela, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: *Describir el financiamiento en la mejora de las ventas de las Mype del sector comercio – rubro ferreterías del centro de Piura, año 2023.*

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de número de celular 949975016. Si desea, también podrá escribir al correo ares_12_29@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Ferretería “El Martillo”

Nombre completo del representante:	MARIB TALLEGO RIVAS
Firma y sello del representante:	
Firma del investigador:	

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: *El Financiamiento Para La Mejora De Las Ventas De Las Mype Comerciales, Rubro Ferreterías Del Centro De Piura, Año 2023* y es dirigido por Walter Encalada Barranzuela, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: *Describir el financiamiento en la mejora de las ventas de las Mype del sector comercio – rubro ferreterías del centro de Piura, año 2023.*

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de número de celular 949975016. Si desea, también podrá escribir al correo ares_12_29@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Ferretería “Bisancor S.A.C”

Nombre completo del representante:	Florencia López Ramos
Firma y sello del representante:	
Firma del investigador:	

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: *El Financiamiento Para La Mejora De Las Ventas De Las Mype Comerciales, Rubro Ferreterías Del Centro De Piura, Año 2023* y es dirigido por Walter Encalada Barranzuela, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

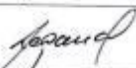
El propósito de la investigación es: *Describir el financiamiento en la mejora de las ventas de las Mype del sector comercio – rubro ferreterías del centro de Piura, año 2023.*

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de número de celular 949975016. Si desea, también podrá escribir al correo ares_12_29@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Ferretería “Industrial”

Nombre completo del representante:	Patricia Zegame Luján
Firma y sello del representante:	
Firma del investigador:	

Anexo 7: Figuras

Primer objetivo específico: Identificar la problemática del financiamiento en las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2023.

Figura 1

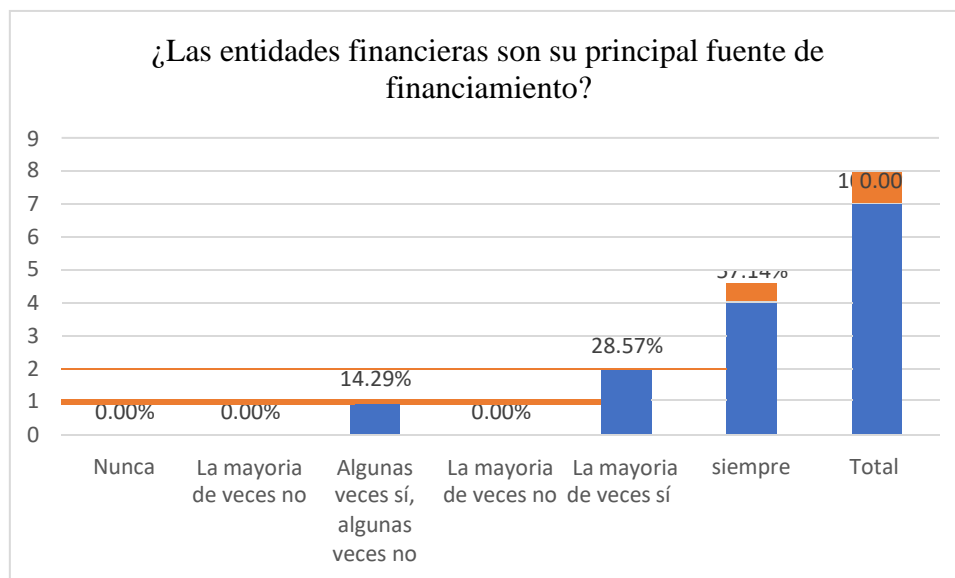


Figura N° 1 de barras que representa a la pregunta

¿Las entidades financieras son su principal fuente de financiamiento?

Figura 2

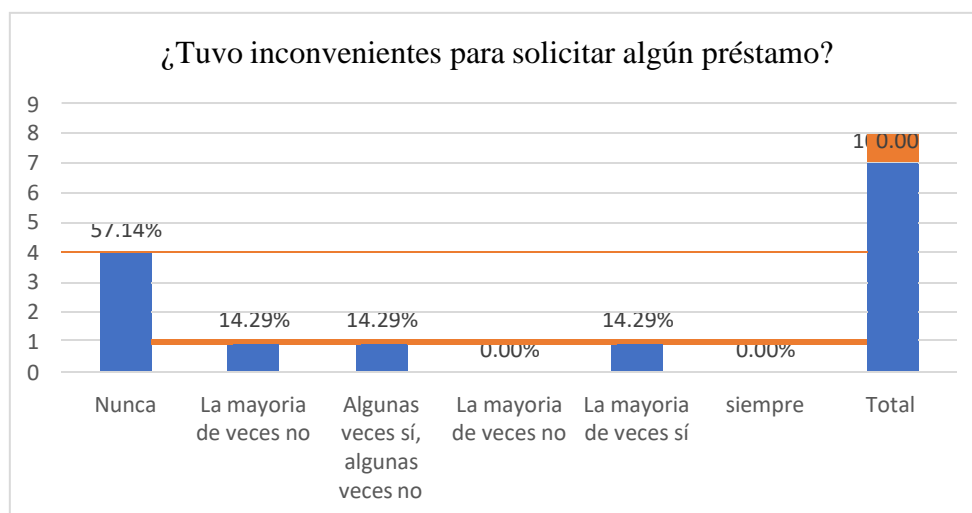


Figura N° 2 de barras que representa a la pregunta

¿Tuvo inconvenientes para solicitar algún préstamo?

Figura 3

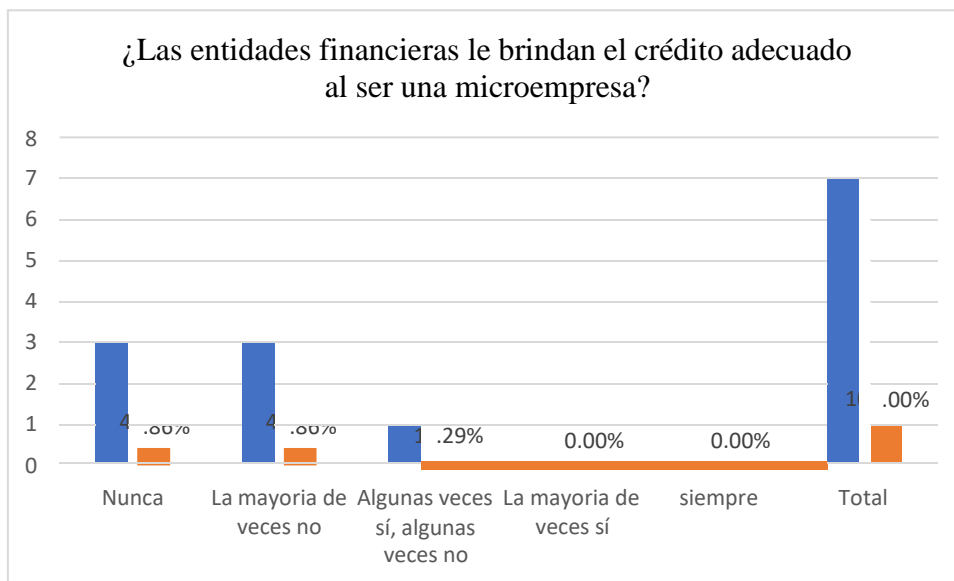


Figura N° 3 de barras que representa a la pregunta

¿Las entidades financieras le brindan el crédito adecuado al ser una microempresa?

Figura 4

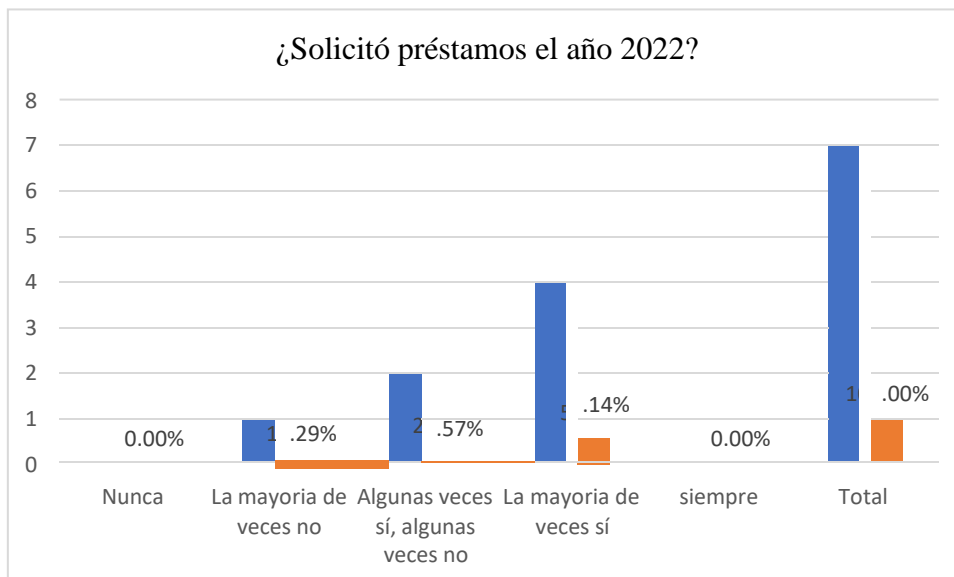


Figura N° 4 de barras que representa a la pregunta

¿Solicitó préstamos el año 2022?

Segundo objetivo específico: Describir los tipos de financiamiento para la mejora de las ventas de las Mype del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2023.

Figura 5

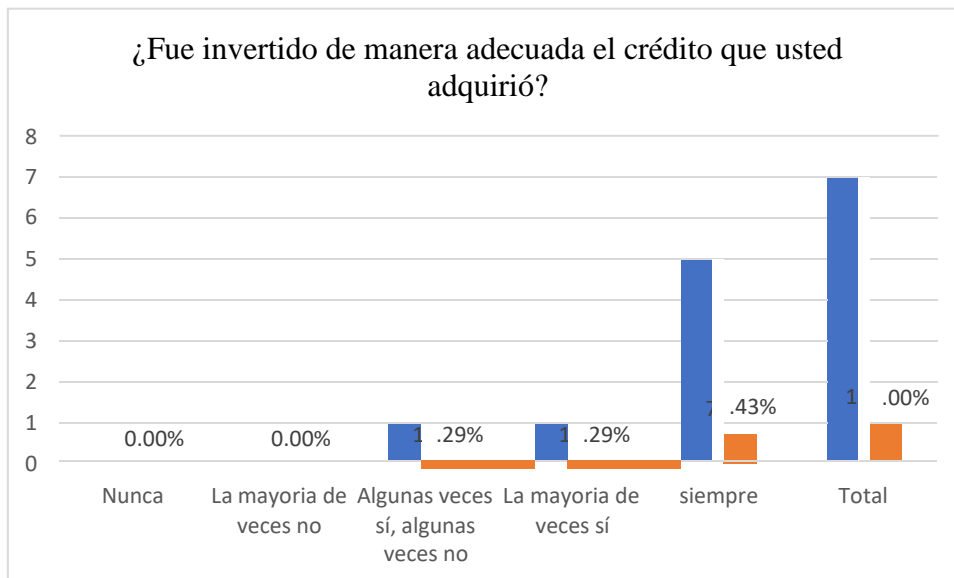


Figura N° 5 de barras que representa a la pregunta
¿Fue invertido de manera adecuada el crédito que usted adquirió?

Figura 6



Figura N° 6 Gráfico de barras que representa a la pregunta
¿Se atrasó en los pagos del algún crédito?

Figura 7

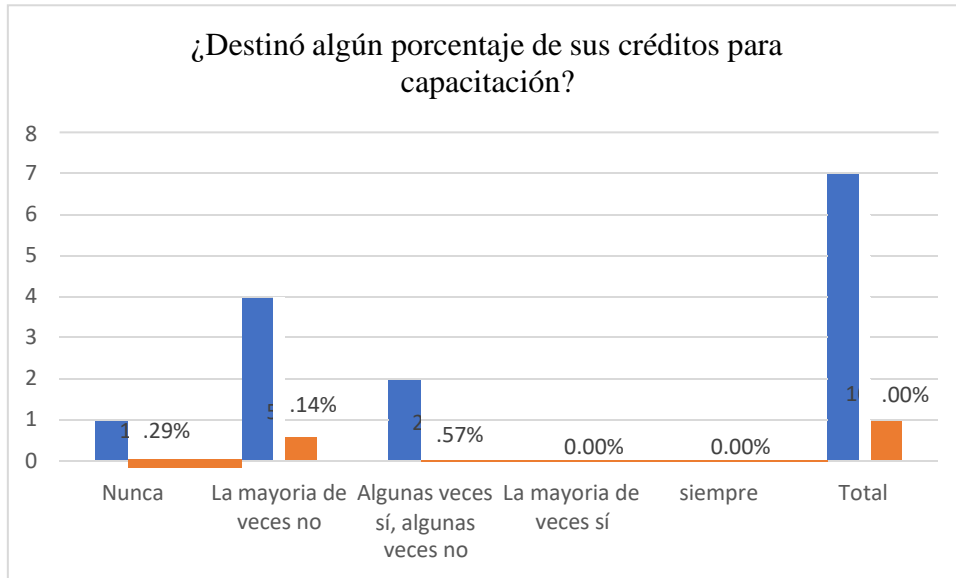


Figura N° 7 de barras que representa a la pregunta
¿Destinó algún porcentaje de sus créditos para capacitación?

Figura 8

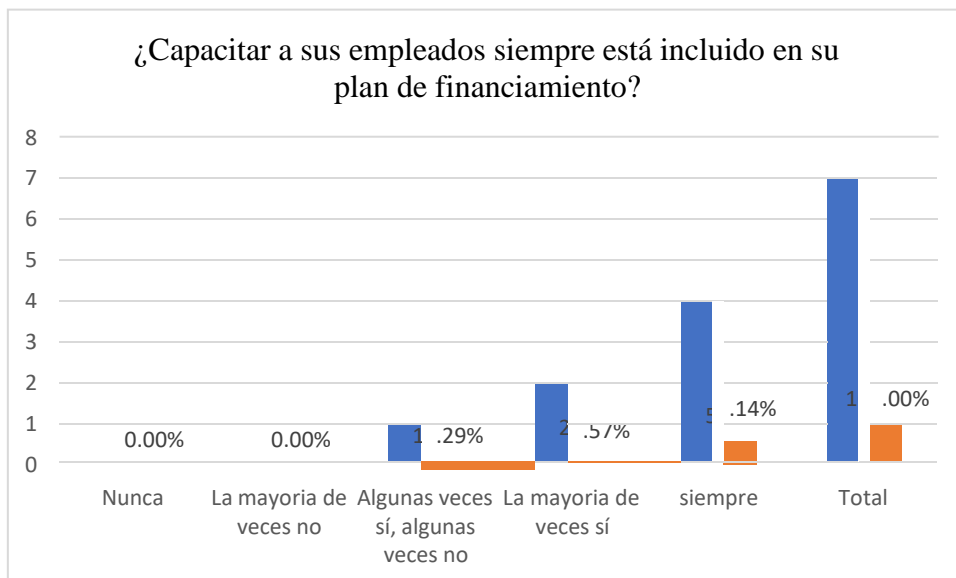


Figura N° 8 de barras que representa a la pregunta
¿Capacitar a sus empleados siempre está incluido en su plan de financiamiento?

Figura 9

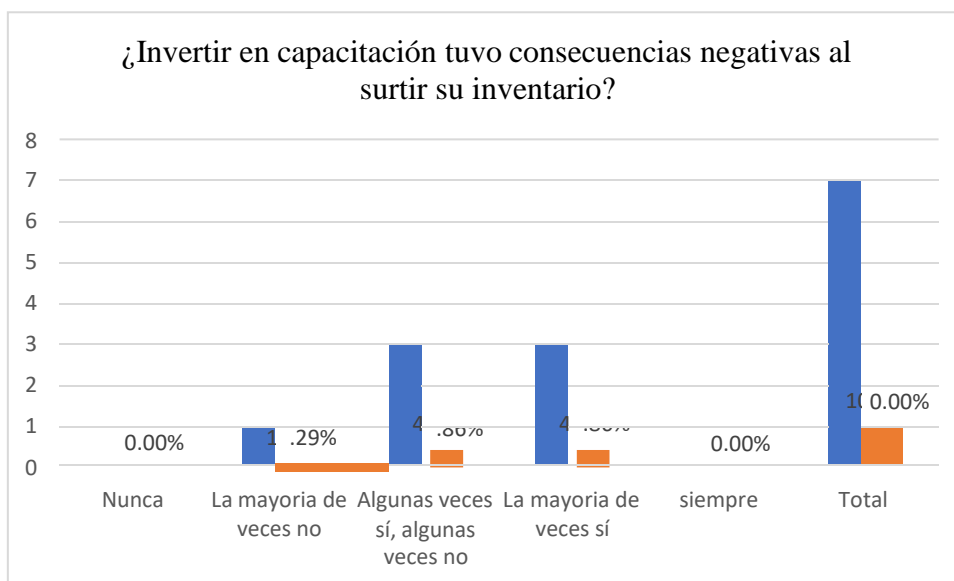


Figura N° 9 de barras que representa a la pregunta

¿Invertir en capacitación tuvo consecuencias negativas al surtir su inventario?

Tercer objetico específico: Determinar la importancia del uso y capacitación de técnicas de ventas en la fidelización de clientes y mejora del volumen de ventas de las Mype del sector comercio del centro Piura en el rubro ferreterías, año 2023.

Figura 10

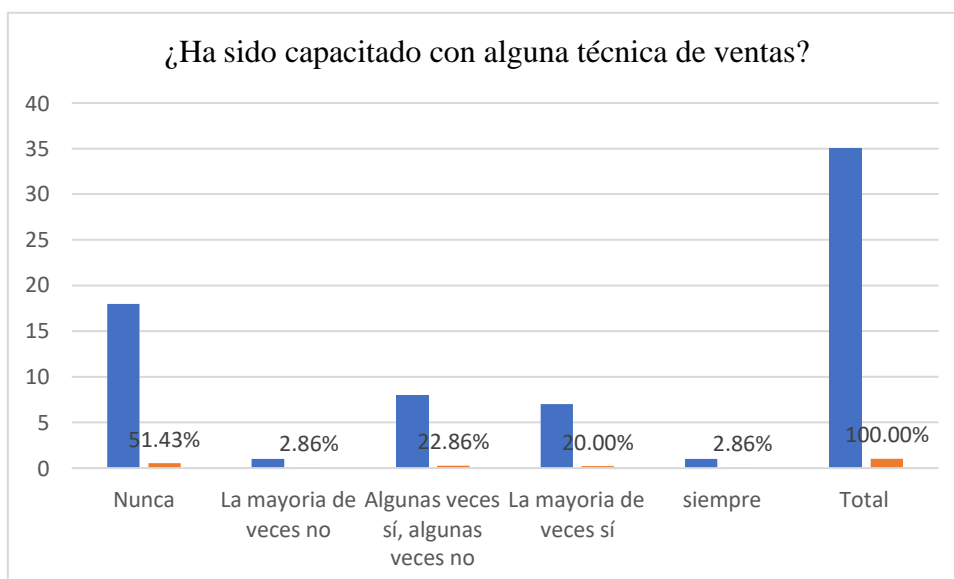


Figura N° 10 de barras que representa a la pregunta

¿Ha sido capacitado con alguna técnica de venta?

Figura 11

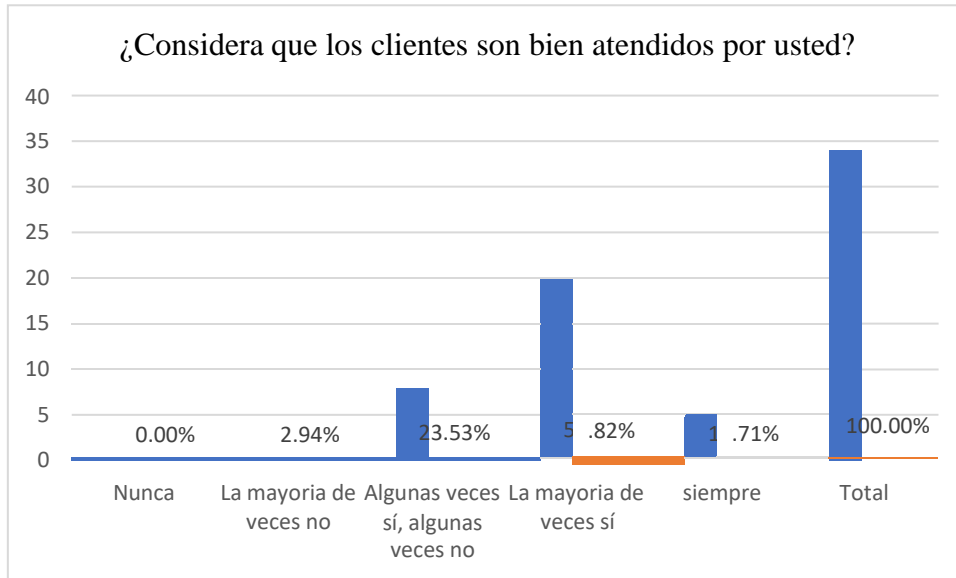


Figura N° 11 de barras que representa a la pregunta

¿Capacitar a sus empleados siempre está incluido en su plan de financiamiento?

Figura 12

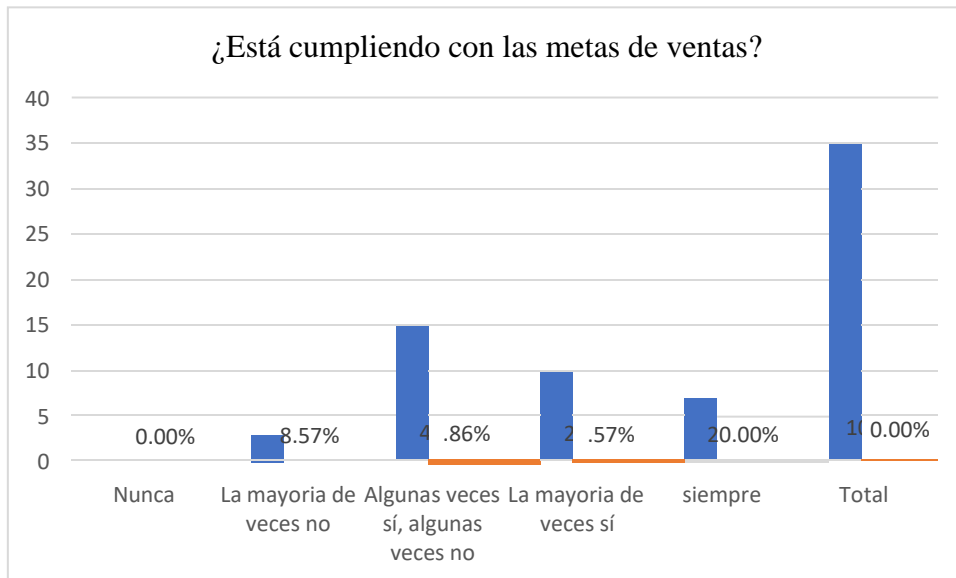


Figura N° 12 de barras que representa a la pregunta

¿Está cumpliendo con sus metas de venta?

Figura 13

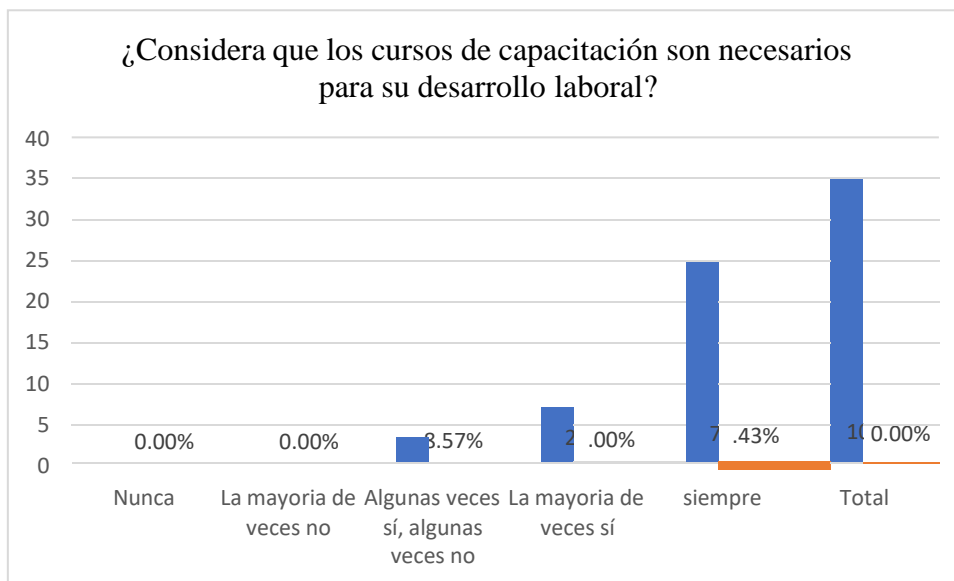


Figura N° 13 de barras que representa a la pregunta

¿Considera que los cursos de capacitación son necesarios para su desarrollo laboral?

Figura 14

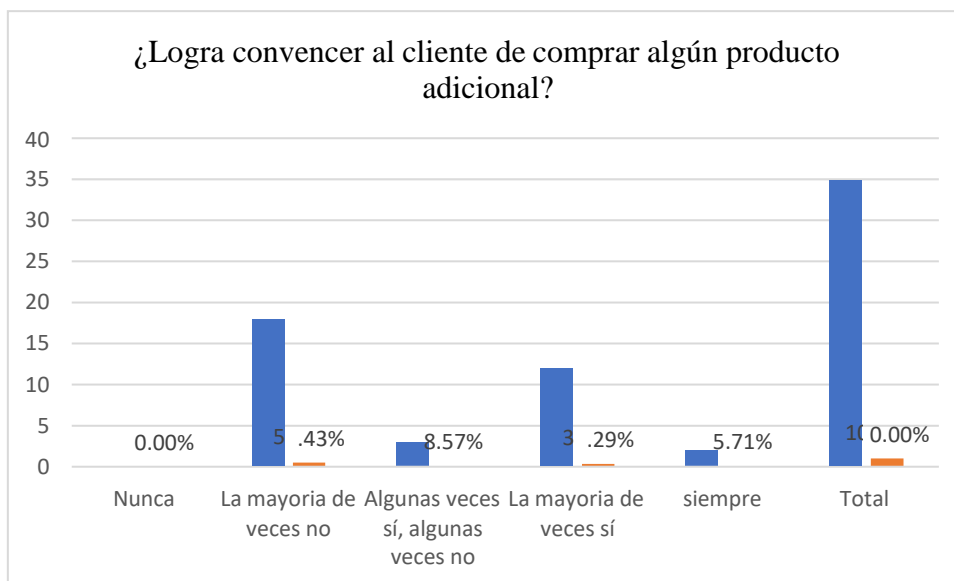


Figura N° 14 de barras que representa a la pregunta

¿Logra convencer al cliente de que compre algún producto adicional?

Cuarto objetivo específico: Analizar la importancia de la calidad de servicio para incrementar las ventas de las MYPES del sector comercio del centro de Piura en el rubro ferreterías, año 2023.

Figura 15

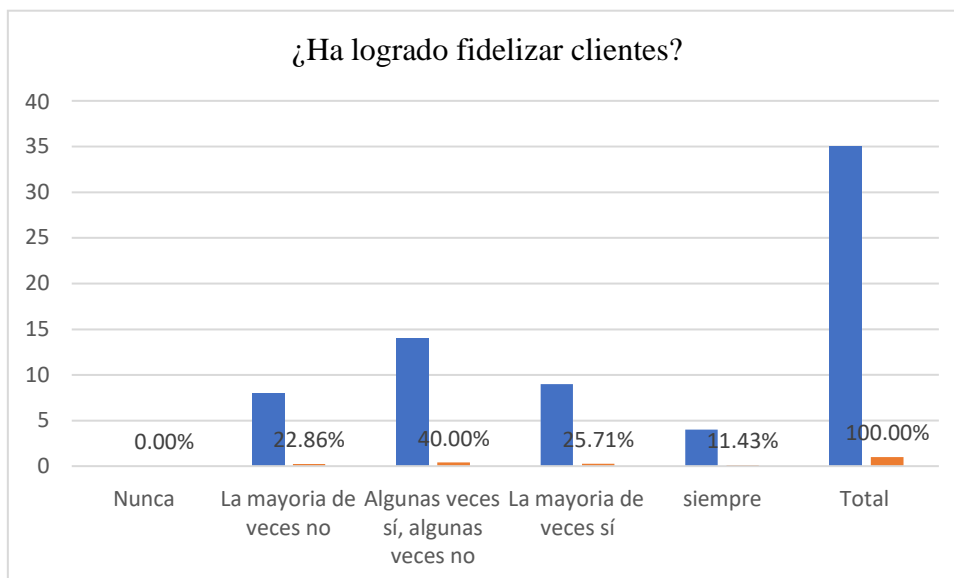


Figura N° 15 de barras que representa a la pregunta

¿Ha logrado fidelizar clientes?

Figura 16

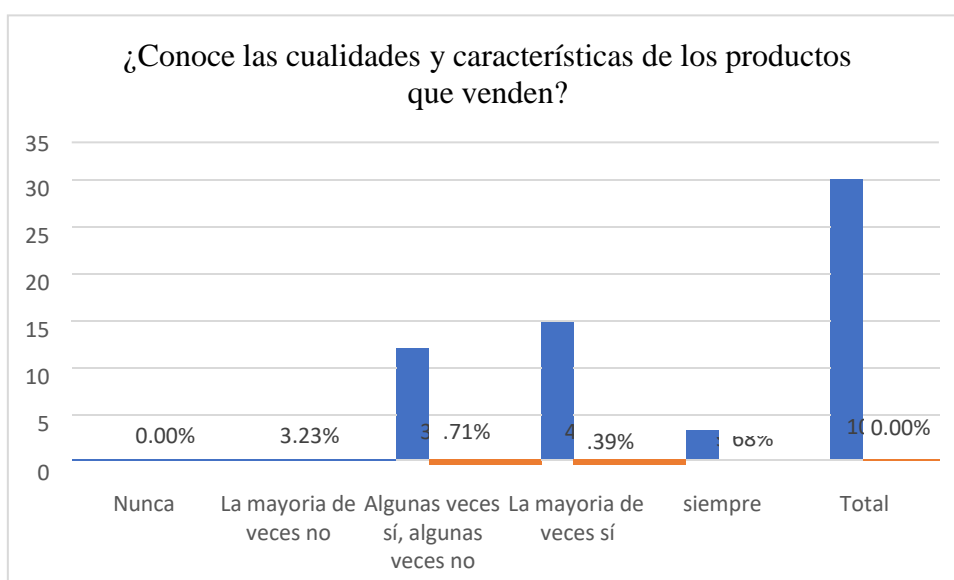


Figura N° 16 de barras que representa a la pregunta

¿Conoce las cualidades y características de los productos que venden?

Figura 17



Figura N° 17 de barras que representa a la pregunta
¿Se siente satisfecho con los resultados de sus ventas?

Figura 18

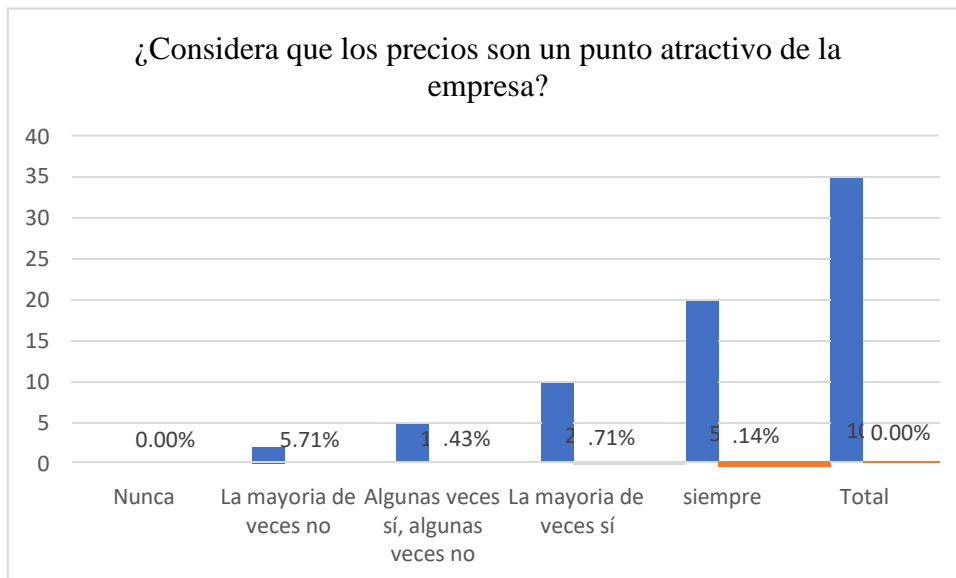


Figura N° 18 de barras que representa a la pregunta
¿Considera que los precios son un punto atractivo de la empresa?

Figura 19

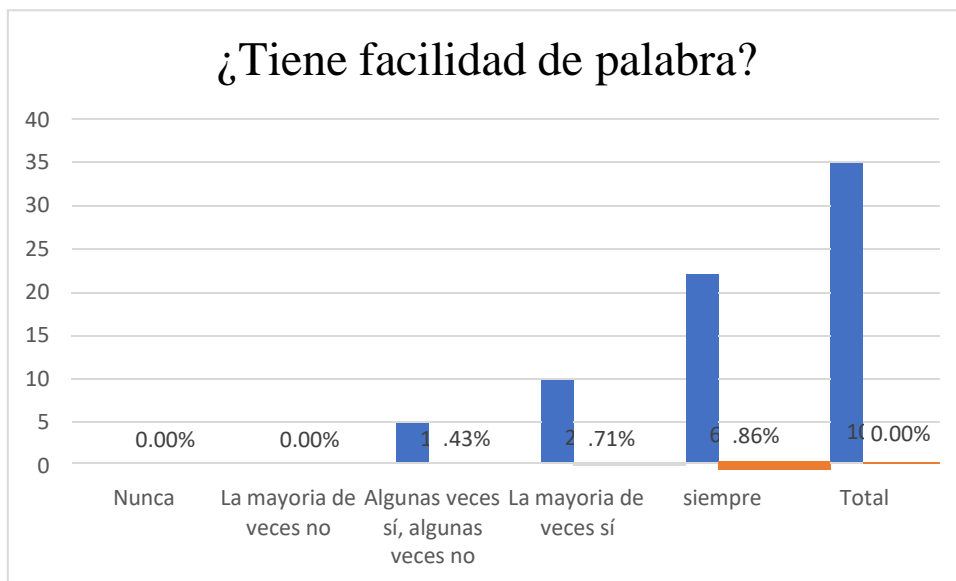


Figura N° 19 de barras que representa a la pregunta

¿Tiene facilidad de palabra?

Turnitin

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo