

**UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN**

**Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales**

**Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras**

**LA EDUCACIÓN FINANCIERA Y LA RENTABILIDAD  
SOBRE LAS VENTAS DE LOS COMERCIANTES DE  
LA ASOCIACIÓN COMERCIAL LUIS BANCHERO  
ROSSI DEL DISTRITO DE TACNA  
EN EL PERIODO 2018**

**TESIS**

**Presentada por:**

**Bach. YAMELIN FABIOLA CHOQUE PILCO**

**Para optar el Título Profesional de:**

**CONTADOR PÚBLICO**

**TACNA - PERÚ**

**2024**

# UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN

Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales

Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras

## LA EDUCACIÓN FINANCIERA Y LA RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS DE LOS COMERCIANTES DE LA ASOCIACIÓN COMERCIAL LUIS BANCHERO ROSSI DEL DISTRITO DE TACNA EN EL PERIODO 2018

Tesis sustentada y aprobada el 09 de mayo del 2024; estando el jurado calificador integrado por:

PRESIDENTE :



-----  
CPC. Hernán Chau Palante

SECRETARIO :



-----  
CPC. Susana Gregoria Fernández Vargas

VOCAL :



-----  
Dra. CPC. Julia Rosa Gutiérrez Pérez

ASESOR :



-----  
Dr. CPC. Alexis Efrain Alpaca Cusicanqui

## CERTIFICADO DE SIMILITUD

Yo, Alexis Efrain Alpaca Cusicanqui, en mi condición de asesor acreditado por la RESOLUCION DE FACULTAD No 7643-2019-FCJE/UNJBG de la tesis titulada: "LA EDUCACIÓN FINANCIERA Y LA RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS DE LOS COMERCIANTES DE LA ASOCIACIÓN COMERCIAL LUIS BANCHERO ROSSI DEL DISTRITO DE TACNA EN EL PERIODO 2018" Presentado por la Bachiller YAMELIN FABIOLA CHOQUE PILCO para optar el título profesional de Contador Público.

Habiendo cumplido con lo establecido en el reglamento de originalidad y de similitud de trabajos de investigación y producción intelectual, considerando que según la revisión, evaluación y análisis realizado a través del software de similitud textual cuenta con el nivel de similitud permitido cuyo porcentaje es 9 %. Por lo que CERTIFICO QUE LA SIMILARIDAD de la tesis está de acuerdo al nivel PERMITIDO, para continuar con los trámites correspondientes y para su publicación en el repositorio Institucional.

Se emite el presente certificado con fines de continuar con los trámites respectivos para su obtención del título profesional.

Tacna 21 de junio de 2024

Firma de Asesor:

DNI:

Nombre y apellidos del asesor: DR. CPC. ALEXIS EFRAIN ALPACA CUSICANQUI

04638501

Adjunto: Informe de software turnitin

## **Dedicatoria**

### **A Dios trino y a la Santísima Virgen María,**

por darme la oportunidad y sana motivación para culminar la presente investigación.

### **A mi familia,**

por el inmenso apoyo brindado de manera incondicional.

### **A todas aquellas personas,**

por su aliento, consejos y orientación, lo cual me permitió ver la vida de una mejor manera.

## **Agradecimiento**

**A mi docente Asesor, Dr. CPC. Alexis Efrain Alpaca Cusicanqui,**  
por su valiosa orientación y paciencia.

**A los miembros del jurado,**  
por compartir con sapiencia sus experiencias académicas.

## Contenido

Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de Tablas.....	xi
Índice de Figuras.....	xvi
Resumen.....	xxi
Abstract.....	xxiii
Introducción.....	1
Capítulo I.....	3
Planteamiento del Problema.....	3
1.1 Descripción del Problema .....	3
1.1.1 <i>Problemática de la Investigación</i> .....	3
1.2 Formulación del Problema .....	6
1.2.1 <i>Problema General</i> .....	6
1.2.2 <i>Problemas Específicos</i> .....	6
1.3 Justificación e Importancia .....	7
1.4 Objetivos .....	8
1.4.1 <i>Objetivo General</i> .....	8
1.4.2 <i>Objetivos Específicos</i> .....	8
1.5 Hipótesis.....	9

1.5.1	<i>Hipótesis General</i> .....	9
1.5.2	<i>Hipótesis Específicas</i> .....	9
1.6	Limitaciones .....	10
	Capítulo II.....	11
	Marco Teórico.....	11
2.1	Antecedentes del Estudio.....	11
2.1.1	<i>Antecedentes Internacionales</i> .....	11
2.1.2	<i>Antecedentes Nacionales</i> .....	13
2.1.3	<i>Antecedentes Locales</i> .....	15
2.2	Bases Teóricas .....	17
2.2.1	<i>Educación Financiera</i> .....	17
2.2.1.1	Definición.. ..	17
2.2.1.2	Modelos teóricos. ....	18
2.2.1.2.1	<i>Modelo de Tramon</i> .....	18
2.2.1.2.2	<i>Modelo de Domínguez</i> .....	19
2.2.1.2.3	<i>Modelo de la Red Financiera BAC-CREDOMATIC</i> .....	23
2.2.1.3	Planificación Financiera. ....	28
2.2.1.4	Ahorro.....	38
2.2.1.5	Endeudamiento Responsable.. ..	42
2.2.1.6	Inversión.....	45
2.2.1.7	Beneficios de la educación financiera.. ..	48

2.2.1.8 Educación financiera y los empresarios.....	50
2.2.2 <i>Rentabilidad sobre las Ventas</i> .....	51
2.2.2.1 Definición.. ..	51
2.2.2.2 Evaluación Comparativa de la Rentabilidad sobre Ventas.....	52
2.2.2.3 Formas de Mejorar la Rentabilidad sobre las Ventas.....	54
2.2.2.4 Modelos Teóricos.....	56
2.2.2.4.1 <i>Modelo de Van Horne &amp; Wachowicz</i> .....	56
2.2.2.4.2 <i>Modelo de Gitman &amp; Zutter</i> .....	58
2.2.2.4.3 <i>Modelo de Pérez-Carballo</i> . ..	60
2.2.2.5 Margen de Ganancias Brutas.....	61
2.2.2.6 Margen de Ganancia Neta.. ..	65
2.3 Definición de Términos.....	70
Capítulo III.....	76
Marco Metodológico.....	76
3.1 Tipo y Diseño de la Investigación.....	76
3.2 Población y Muestra.....	77
3.3 Operacionalización de Variables.....	78
3.4 Técnicas e Instrumentos para Recolección de Datos .....	79
3.5 Procesamiento y Análisis de Datos .....	80
Capítulo IV.....	81
Resultados y Discusión.....	81

4.1	Análisis de Resultados .....	81
4.1.1	<i>Educación Financiera</i> .....	81
4.1.1.1	Análisis General.....	81
4.1.1.2	Análisis por dimensiones e Indicadores.....	84
4.1.1.2.1	<i>Dimensión: Planificación financiera</i> .....	84
4.1.1.2.2	<i>Dimensión: Ahorro</i> .....	106
4.1.1.2.3	<i>Dimensión: Endeudamiento responsable</i> .....	116
4.1.1.2.4	<i>Dimensión: Inversión</i> .....	125
4.1.2	<i>Rentabilidad sobre las Ventas</i> .....	135
4.1.2.1	Análisis General.....	135
4.1.2.2	Análisis por Dimensiones e Indicadores.....	138
4.1.2.2.1	<i>Dimensión: Margen de Ganancias Brutas</i> .....	138
4.1.2.2.2	<i>Dimensión: Margen de ganancia neta</i> .....	150
4.2	Contrastación de Hipótesis .....	158
4.2.1	<i>Contrastación de Hipótesis General</i> .....	158
4.2.2	<i>Comprobación de Hipótesis Específicas</i> .....	160
4.2.2.1	Comprobación de Hipótesis Específica 1.....	160
4.2.2.2	Comprobación de Hipótesis Específica 2.....	161
4.2.2.3	Comprobación de Hipótesis Específica 3.....	163
4.2.2.4	Comprobación de Hipótesis Específica 4.....	165
4.3	Discusión de Resultados.....	167

Conclusiones.....	172
Recomendaciones .....	176
Referencias.....	179
Anexos.....	197

## Índice de Tablas

Tabla 1	Operacionalización de la variable independiente	78
Tabla 2	Operacionalización de la variable dependiente	79
Tabla 3	Análisis general de la variable Educación Financiera	83
Tabla 4	Resultados de la dimensión Planificación Financiera	86
Tabla 5	Evaluación del ítem: ¿Distingue claramente los conceptos de activo, pasivo y patrimonio?	88
Tabla 6	Evaluación del ítem: ¿Sabe usted que la medición de la liquidez sirve para pagar deudas a corto plazo?	90
Tabla 7	Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que es una meta financiera?	91
Tabla 8	Evaluación del ítem: ¿Sabe qué condiciones hay que tener en cuenta para plantear metas financieras en la empresa?	93
Tabla 9	Evaluación del ítem: ¿Está informado sobre lo que es un presupuesto?	95
Tabla 10	Evaluación del ítem: ¿Conoce las ventajas de elaborar correctamente un presupuesto de ingresos y gastos?	97
Tabla 11	Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que son los ingresos y gastos?	99

Tabla 12	Evaluación del ítem: ¿Sabe en qué consiste el monitoreo de gastos e ingresos durante la ejecución del presupuesto?	101
Tabla 13	Evaluación del ítem: ¿Realiza usted una comparación de los ingresos reales y los ingresos planificados?	103
Tabla 14	Evaluación del ítem: ¿Realiza usted una comparación de los gastos reales y los gastos planificados?	105
Tabla 15	Resultados de la dimensión Ahorro	107
Tabla 16	Evaluación del ítem: ¿De los ingresos obtenidos en la empresa destina un porcentaje para el ahorro?	109
Tabla 17	Evaluación del ítem: ¿Conoce cuál es el procedimiento para elaborar planes de ahorro?	111
Tabla 18	Evaluación del ítem: ¿En la empresa existe una cultura enfocada en tratar de disminuir gastos que resulten innecesarios?	113
Tabla 19	Evaluación del ítem: ¿Efectúa la compra de mercaderías al por mayor con el fin de ahorrar?	115
Tabla 20	Resultados de la dimensión Endeudamiento responsable	117
Tabla 21	Evaluación del ítem: ¿Sabe cuáles son los aspectos que conforman los costos de financiamiento?	119

Tabla 22	Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que es la tasa efectiva anual de un crédito comercial?	121
Tabla 23	Evaluación del ítem: ¿Tiene nociones de que son los riesgos financieros?	122
Tabla 24	Evaluación del ítem: ¿Sabe cómo manejar los riesgos financieros provenientes de las obligaciones financieras con terceros?	124
Tabla 25	Resultados de la dimensión Inversión	126
Tabla 26	Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que es una inversión?	128
Tabla 27	Evaluación del ítem: ¿Sabe usted que los métodos estáticos sirven para seleccionar entre distintas opciones de inversión?	130
Tabla 28	Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que existen tipos de inversión?	132
Tabla 29	Evaluación del ítem: ¿Sabe usted que los métodos dinámicos sirven para elegir entre distintas opciones de inversión?	134
Tabla 30	Análisis general de la variable: Rentabilidad sobre las ventas	137
Tabla 31	Resultados de la dimensión Margen de ganancias brutas	139

Tabla 32	Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que es la ganancia bruta?	140
Tabla 33	Evaluación del ítem: ¿Sabe usted que el costo de ventas influye en la determinación de la ganancia bruta?	142
Tabla 34	Evaluación del ítem: ¿Efectúa diversas cotizaciones para optimizar el costo de adquisición de las mercaderías que se venden?	144
Tabla 35	Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que son las ventas netas?	146
Tabla 36	Evaluación del ítem: ¿Efectúa una proyección de ventas al inicio del periodo?	147
Tabla 37	Evaluación del ítem: ¿El volumen de ventas que realizó su empresa es el que se esperaba?	149
Tabla 38	Resultados de la dimensión Margen de ganancia neta	151
Tabla 39	Evaluación del ítem: ¿Tiene nociones de que es la ganancia neta?	153
Tabla 40	Evaluación del ítem: ¿Sabe usted cuál es la importancia de determinar con exactitud la ganancia neta?	155
Tabla 41	Evaluación del ítem: ¿Sabe identificar cuáles son los gastos de venta y administración de su empresa?	157

Tabla 42	ANOVA del modelo de regresión lineal para la comprobación de la hipótesis general	158
Tabla 43	ANOVA del modelo de regresión lineal para la comprobación de la hipótesis específica 1	160
Tabla 44	ANOVA del modelo de regresión lineal para la comprobación de la hipótesis específica 2	162
Tabla 45	ANOVA del modelo de regresión lineal para la comprobación de la hipótesis específica 3	164
Tabla 46	ANOVA del modelo de regresión lineal para la comprobación de la hipótesis específica 4	166

## Índice de Figuras

Figura 1	Dimensiones de la educación financiera	19
Figura 2	Clasificación de los instrumentos financieros	21
Figura 3	Toma de decisiones financieras: aspectos	22
Figura 4	Modelo de estado de situación financiera	31
Figura 5	Estrategias para mejorar la rentabilidad sobre ventas	55
Figura 6	Modelo de estado de resultados	58
Figura 7	Costo de ventas de una empresa comercial	63
Figura 8	Análisis general de la variable Educación Financiera	83
Figura 9	Resultados de la dimensión Planificación financiera	86
Figura 10	Evaluación del ítem: ¿Distingue claramente los conceptos de activo, pasivo y patrimonio?	88
Figura 11	Evaluación del ítem: ¿Sabe usted que la medición de la liquidez sirve para pagar deudas a corto plazo?	90
Figura 12	Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que es una meta financiera?	92
Figura 13	Evaluación del ítem: ¿Sabe qué condiciones hay que tener en cuenta para plantear metas financieras en la empresa?	94

Figura 14	Evaluación del ítem: ¿Está informado sobre lo que es un presupuesto?	95
Figura 15	Evaluación del ítem: ¿Conoce las ventajas de elaborar correctamente un presupuesto de ingresos y gastos?	97
Figura 16	Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que son los ingresos y gastos?	99
Figura 17	Evaluación del ítem: ¿Sabe en qué consiste el monitoreo de gastos e ingresos durante la ejecución del presupuesto?	101
Figura 18	Evaluación del ítem: ¿Realiza usted una comparación de los ingresos reales y los ingresos planificados?	103
Figura 19	Evaluación del ítem: ¿Realiza usted una comparación de los gastos reales y los gastos planificados?	105
Figura 20	Resultados de la dimensión Ahorro	107
Figura 21	Evaluación del ítem: ¿De los ingresos obtenidos en la empresa destina un porcentaje para el ahorro?	109
Figura 22	Evaluación del ítem: ¿Conoce cuál es el procedimiento para elaborar planes de ahorro?	111
Figura 23	Evaluación del ítem: ¿En la empresa existe una cultura enfocada en tratar de disminuir gastos que resulten innecesarios?	113

Figura 24	Evaluación del ítem: ¿Efectúa la compra de mercaderías al por mayor con el fin de ahorrar?	115
Figura 25	Resultados de la dimensión Endeudamiento responsable	117
Figura 26	Evaluación del ítem: ¿Sabe cuáles son los aspectos que conforman los costos de financiamiento?	119
Figura 27	Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que es la tasa efectiva anual de un crédito comercial?	121
Figura 28	Evaluación del ítem: ¿Tiene nociones de que son los riesgos financieros?	123
Figura 29	Evaluación del ítem: ¿Sabe cómo manejar los riesgos financieros provenientes de las obligaciones financieras con terceros?	125
Figura 30	Resultados de la dimensión Inversión	127
Figura 31	Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que es una inversión?	129
Figura 32	Evaluación del ítem: ¿Sabe usted que los métodos estáticos sirven para seleccionar entre distintas opciones de inversión?	131
Figura 33	Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que existen tipos de inversión?	133

Figura 34	Evaluación del ítem: ¿Sabe usted que los métodos dinámicos sirven para elegir entre distintas opciones de inversión?	135
Figura 35	Análisis general de la variable: Rentabilidad sobre las ventas	137
Figura 36	Resultados de la dimensión: Margen de ganancias brutas	139
Figura 37	Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que es la ganancia bruta?	141
Figura 38	Evaluación del ítem: ¿Sabe usted que el costo de ventas influye en la determinación de la ganancia bruta?	143
Figura 39	Evaluación del ítem: ¿Efectúa diversas cotizaciones para optimizar el costo de adquisición de las mercaderías que se venden?	145
Figura 40	Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que son las ventas netas?	146
Figura 41	Evaluación del ítem: ¿Efectúa una proyección de ventas al inicio del periodo?	148
Figura 42	Evaluación del ítem: ¿El volumen de ventas que realizó su empresa es el que se esperaba?	150
Figura 43	Resultados de la dimensión: Margen de ganancia neta	152

- Figura 44 Evaluación del ítem: ¿Tiene nociones de que es la ganancia neta? 153
- Figura 45 Evaluación del ítem: ¿Sabe usted cuál es la importancia de determinar con exactitud la ganancia neta? 155
- Figura 46 Evaluación del ítem: ¿Sabe identificar cuáles son los gastos de venta y administración de su empresa? 157

## Resumen

La investigación tuvo como objetivo: Determinar la influencia de la educación financiera en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018. Para ello se empleó una metodología de tipo básica, con un diseño no experimental y transversal, siendo el nivel de investigación explicativo, empleándose como técnica la encuesta e instrumento el cuestionario, dirigido a un total de 54 comerciantes, los cuales forman parte de la población de estudio y muestra, aplicándose para ello un censo. El estudio permitió concluir que la educación financiera influye de forma significativa en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018, lo que se explica en función del valor de significancia menor de 0,05, y un R-cuadrado que explica la variabilidad de la rentabilidad sobre las ventas en un 28,08 % debido a la educación financiera, lo cual implica que la educación financiera, de acuerdo a los procesos de planificación financiera, ahorro, endeudamiento responsable e inversión, en su conjunto, inciden de forma directa en la rentabilidad sobre las ventas de los negocios, debido a que existe evidencia que la educación financiera de los comerciantes presenta niveles regulares, y en consecuencia la rentabilidad se ve también afectada en cierta forma, y a

medida que la educación financiera es más alta, la rentabilidad también es mayor.

**Palabras clave:** Educación financiera, planificación financiera, ahorro, endeudamiento responsable, inversión, rentabilidad sobre las ventas.

### **Abstract**

The objective of the research was to determine the influence of financial education on the profitability on sales of the merchants of the Luis Banchero Rossi Commercial Association of the District of Tacna in the period 2018. For this, a basic type methodology was used, with a design non-experimental and cross-sectional, the level of research being explanatory, using the survey as a technique and the questionnaire as an instrument, aimed at a total of 54 merchants, who are part of the study population and sample, applying a census for this. The study allowed us to conclude that financial education significantly influences the profitability on sales of the merchants of the Luis Banchero Rossi Commercial Association of the District of Tacna in the 2018 period, which is explained based on the significance value of less than 0,05, and an R-squared that explains the variability of the return on sales by 28,08 % due to financial education, which implies that financial education, according to the processes of financial planning, saving, responsible indebtedness and investment, as a whole, they directly affect the profitability of business sales, because there is evidence that the financial education of merchants has regular levels, and consequently profitability is also affected in a certain way, and as the financial education is higher, profitability is also higher.

**Keywords:** Financial education, financial planning, savings, responsible debt, investment, return on sales

## **Introducción**

El presente trabajo de investigación aborda un problema relacionado con la actividad comercial de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi de la ciudad de Tacna. Los cuales, tal como se demostró de manera preliminar y posterior al estudio, no cuentan con una debida educación financiera plena, hecho que compromete sus ingresos traducidos en rentabilidad. Frente a esta coyuntura particular, los comerciantes pueden verse más vulnerables frente a la competitividad empresarial a causa de la moderada o poca especialización en temas financieros.

El presente estudio de investigación se desarrolla en cuatro capítulos:

El capítulo I, presenta el Planteamiento del Problema, en el cual se realiza la descripción del problema de estudio, seguido por la formulación de los problemas general y específicos, además de la justificación del estudio, determinación de los objetivos e hipótesis de la investigación, y posteriormente se detalla las limitaciones de la investigación.

El capítulo II, desarrolla las bases teóricas referentes a las variables de investigación, en el que se especifican los antecedentes, bases teóricas y definición de términos.

El capítulo III, aborda la metodología de la investigación, estableciendo para ello el tipo y diseño de investigación, población y muestra, operacionalización de las variables, técnicas e instrumentos y procesamiento de datos.

El capítulo IV, presenta los resultados y discusión de la investigación, en el que se presentan los hallazgos según tablas y figuras de información con su respectivo análisis, seguido por la comprobación de hipótesis general y específicas, así como la discusión de resultados.

Finalmente, presentamos las conclusiones, recomendaciones y referencias, respectivamente.

## Capítulo I

### Planteamiento del Problema

#### 1.1 Descripción del Problema

##### 1.1.1 *Problemática de la Investigación*

En toda organización, grupo comercial, asociación de comerciantes, etc., tiene por finalidad, obtener la rentabilidad a partir de sus inversiones, y ello requiere de una administración adecuada de las finanzas, lo cual involucra ejecutar estrategias de inversión y seguimiento de los rendimientos de sus operaciones. Con mayor notoriedad, este tipo de preocupaciones, es visible en las grandes empresas, las cuales invierten grandes sumas de dinero en infraestructura, tecnologías, recurso humano eficiente con el fin de dominar el mercado en absoluto (Bautista, 2016).

La educación financiera se define como el proceso a través del cual las personas adquieren un mejor entendimiento de los conceptos y productos financieros, y a la vez, desarrollan las capacidades necesarias a fin de poder evaluar oportunidades y riesgos financieros, tomar decisiones informadas, y así mejorar su bienestar (Tramon, s.f.).

En síntesis, la educación financiera se refiere a la capacidad de entender las finanzas, con el propósito de que los individuos tomen decisiones fundamentadas y efectivas (Castro, 2021).

A nivel nacional, Ventura & Zarate (2021) mencionan que el índice general de educación financiera de los microempresarios peruanos asciende a 59 puntos de un total de 100, esta es una puntuación inferior al obtenido por países como México (64 puntos) y Brasil (69 puntos).

Además, en concordancia con el criterio señalado por la OCDE solamente el 17 % de los microempresarios peruanos demostraron una adecuada educación financiera. Por otra parte, a nivel local, Aro (2018) menciona que, en los centros comerciales de la ciudad de Tacna se evidencia que los microempresarios tienen un nivel moderado de cultura financiera.

A lo largo de los años, en el desarrollo de las empresas surgen graves problemas a niveles administrativos, marcados principalmente por una inadecuada gestión de las finanzas. Asimismo, en muchos casos se comete el gran error de mezclar dinero de la empresa con el dinero propio. Motivo por el cual, es importante la toma de conciencia sobre la administración del dinero, contar con una caja de emergencias, y ser usada de forma adecuada. Estos problemas se deben a la falta de educación financiera (Entrepreneur, 2010).

Cabe mencionar que la falta de educación financiera origina consecuencias adversas para los negocios, como la ausencia de ahorro para el futuro, el endeudamiento excesivo, provocando el uso de servicios

financieros informales, inversión en pirámides, poco conocimiento respecto a los beneficios que resultan de la inversión en actividades productivas, la compra de activos, entre otros (Arrubla, 2016).

En el Perú esta situación se replica, y particularmente en la provincia de Tacna, ciudad que goza de los beneficios tributarios que otorga la Zona Franca de Tacna (ZOFRA), a gran número de usuarios.

En el caso de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna, quienes presentan el mismo denominador, muchos de ellos son comerciantes empíricos y por desconocimiento no realizan una inversión a largo plazo. Se centran en sus ventas diarias, las cuales solo permiten costear sus gastos diarios, denotando un inadecuado nivel de educación financiera, circunstancia que afecta en forma directa a sus finanzas, dada la falta de prospección.

En el supuesto de que los comerciantes no cuenten con la debida educación financiera, comprometerán sus ingresos traducidos en rentabilidad, y se verán mucho más vulnerables frente a la competitividad empresarial.

A partir de ello, se presenta una oportunidad para evaluar este problema en la asociación, permitiendo determinar qué tanto la educación financiera puede ser determinante para influenciar en la rentabilidad sobre las ventas de los propios comerciantes que forman parte de ella.

## **1.2 Formulación del Problema**

### **1.2.1 *Problema General***

- ¿Cómo influye la educación financiera en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018?

### **1.2.2 *Problemas Específicos***

- ¿Cómo influye la planificación financiera en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018?
- ¿En qué medida el ahorro influye en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018?
- ¿Por qué el endeudamiento responsable influye en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018?
- ¿Cómo influye la inversión en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018?

### **1.3 Justificación e Importancia**

El presente trabajo de investigación se justifica teóricamente, ya que, será elaborado tomando como referencia distintos documentos bibliográficos que guardan relación con las variables a estudiar, las cuales son: la educación financiera y la rentabilidad sobre las ventas. A su vez, adquiere relevancia, puesto que el tema de investigación tiene una repercusión en un grupo social, ya que se analizarán variables relativas a las operaciones de los comerciantes de la Asociación Luis Banchemo Rossi, cuyos resultados permitan generar nuevos conocimientos que contrasten las teorías formuladas, y conocimientos relativos a los niveles de productividad, el empleo y la calidad de vida de las personas, para lograr un mejor entendimiento del crecimiento económico y el desarrollo sostenible de la región.

También posee justificación práctica, ya que se obtendrán resultados respecto a la influencia que tiene la educación financiera en la rentabilidad sobre las ventas, logrando así un mejor panorama sobre la problemática en estudio y a partir de ella permitir que los asociados puedan tomar mejores decisiones a favor de sus negocios.

Finalmente, para lograr el objetivo de la presente investigación, se requerirá del uso de distintos programas estadísticos, los cuales, servirán de gran apoyo para el análisis y procesamiento de información, respecto a

la educación financiera y la rentabilidad sobre las ventas. Por ello, nuestro estudio de investigación se justifica metodológicamente, a partir de la aplicación del método científico de la investigación.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 *Objetivo General***

- Determinar la influencia de la educación financiera en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.

### **1.4.2 *Objetivos Específicos***

- Determinar la influencia de la planificación financiera en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.
- Analizar la influencia del ahorro en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.
- Evaluar la influencia del endeudamiento responsable en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.

- Determinar la influencia de la inversión en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.

## **1.5 Hipótesis**

### **1.5.1 Hipótesis General**

- La educación financiera influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.

### **1.5.2 Hipótesis Específicas**

- La planificación financiera influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.
- El ahorro influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.
- El endeudamiento responsable influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.

- La inversión influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.

### **1.6 Limitaciones**

En el presente trabajo de investigación se identificaron dos limitaciones:

- La poca existencia de trabajos previos de investigación (antecedentes) que hayan estudiado la influencia de la educación financiera en la rentabilidad sobre las ventas.
- Se recolectaron datos basados exclusivamente en las opiniones de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchero Rossi, respecto a los temas de educación financiera y rentabilidad sobre las ventas. Esto limitó la investigación porque confiamos en la percepción de los empresarios. Por otra parte, lo descrito anteriormente se debe a que los comerciantes tienen mucha reserva de la información financiera de sus negocios y por lo tanto no permiten el acceso a estos.

## Capítulo II

### Marco Teórico

#### 2.1 Antecedentes del Estudio

##### 2.1.1 *Antecedentes Internacionales*

Zosa & Plúa (2017), presentaron la tesis titulada: “Educación Financiera en la Asociación Interprofesional de Ebanistas del Cantón Jipijapa”, para optar por el título de Ingeniero en Tributación y Finanzas de la Universidad de Guayaquil. El objetivo de la tesis fue: Plantear un proyecto teórico práctico de Educación financiera mediante la implementación de las NIIF, que optimizará la situación presente de la Asociación Interprofesional de Ebanistas del Cantón Jipijapa. En cuanto a la metodología, los métodos de nivel teórico utilizados fueron los descriptivos, inductivos, deductivo, observación directa y exploratoria. Los métodos de nivel empírico fueron cuali-cuantitativo. Se concluye que, se aumentará la educación financiera de la Asociación Interprofesional de ebanistas del Cantón Jipijapa considerando la realización de un plan de formación financiera por medio de unidades estándares de desempeño con la aplicación de recursos fundamentales y talleres de evaluación que faculten a los socios para conocer actuales opciones de inversión.

Leines & Caicedo (2012), presentaron la tesis titulada: “Propuesta para mejorar la rentabilidad de la Asociación Santo Domingo de artesanos

carpinteros de la ciudad de Quito dedicadas a la fabricación de muebles de madera”, para optar por el título de Economista de la Universidad Central del Ecuador. El objetivo de la tesis fue organizar un plan que posibilite elevar la rentabilidad perteneciente a los artesanos carpinteros provenientes de la ciudad de Quito, quienes se ocupan en la elaboración de muebles de madera, y se agrupan en la Asociación Santo Domingo. En cuanto a la metodología, los métodos de investigación utilizados fueron el inductivo, deductivo, analítico y sintético. Se concluye que, los artesanos integrantes de la Asociación Santo Domingo tienen problemas en lo relativo a las operaciones de financiación, producción, y comercialización debido a que no están capacitados en estas áreas.

Cajamarca (2020), presentó la tesis titulada: “El nivel de cultura financiera de los propietarios de talleres automotrices del centro de la ciudad de Guayaquil y su impacto en los niveles de rentabilidad de su negocio”, para optar por el título de Ingeniero comercial de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. El objetivo de la tesis fue establecer el grado de cultura financiera de los dueños de talleres automotrices, que se ubican en el centro de la ciudad de Guayaquil y su efecto en el volumen de rentabilidad que obtienen en sus empresas. En cuanto a la metodología, el tipo de investigación es cuantitativo, de diseño no experimental y de alcance descriptivo. Se concluye que existe una relación significativa entre

el nivel de cultura financiera de los propietarios de talleres automotrices y la forma en como ellos administran sus negocios para lograr buenos niveles rentables.

### **2.1.2 Antecedentes Nacionales**

Trigoso (2017), presentó la tesis titulada: “Incidencia de la educación financiera en la toma de decisiones de inversión y financiamiento de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en la ciudad de Huaraz, 2014”, para optar por el grado de Maestro en Ciencias Económicas con mención en gestión empresarial de la Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo. El objetivo de la tesis fue: Explicar la influencia de la educación financiera sobre la toma de decisiones de financiamiento e inversión de la Micro y Pequeña Empresa situada en la ciudad de Huaraz durante el año 2014. En cuanto a la metodología, el tipo de investigación es aplicado, de nivel correlacional y de diseño transversal - no experimental. Se concluyó que, la educación financiera influye de forma positiva en la toma de decisiones de financiamiento e inversión de la Micro y Pequeña Empresa situada en la ciudad de Huaraz durante el año 2014. Lo mencionado está basado en la prueba de hipótesis a través del coeficiente de correlación de Pearson, el cual dio como resultado el valor de 0,313.

Serrano (2017), presentó la tesis titulada: “Cadena de suministros para mejorar la rentabilidad en las empresas de la Asociación de

Curtiembres Ecológicas de Trujillo 2014 - 2015”, para optar por el título de Licenciado en administración de la Universidad Nacional de Trujillo. El objetivo de la tesis fue: Evaluar de que forma la cadena de suministro colabora en el incremento de la rentabilidad en los negocios pertenecientes a la Asociación de Curtiembres Ecológicas de Trujillo, en los periodos del 2014 al 2015. La metodología, los métodos de investigación usados fueron el inductivo, estadístico y analítico. Se concluyó que, la mayoría de curtiembres maneja la idea principal de una estrategia. No obstante, el 66 % no ha instaurado una estrategia de cadena de suministro que le faculte ser eficiente en su proceso productivo, considerándose las relaciones con los clientes y proveedores.

Apaza & Ccolque (2019), presentaron la tesis titulada; “Educación Financiera y su relación con la Rentabilidad de la CMAC Huancayo, del distrito de Santiago, Periodo 2019”, para optar por el título de Contador Público de la Universidad César Vallejo. El objetivo de la tesis fue: Establecer la vinculación entre la rentabilidad y la educación financiera de la caja Huancayo ubicada en el distrito de Santiago en el año 2019. La metodología, el tipo de investigación es básica, de corte transversal, de diseño no experimental y de enfoque cuantitativo. Se concluyó que, la educación financiera repercute sobre la rentabilidad de la CMAC Huancayo, localizada en Santiago, en el año 2019, esto se comprueba con el valor de

significancia de 0,01, el cual es inferior a 0,05 y debido a que la relación de Rho Spearman fue 0,701.

### **2.1.3 Antecedentes Locales**

Aro (2018), presentó la tesis titulada: “La cultura financiera y la gestión de procesos de negocios en los microempresarios de los centros comerciales de Tacna, 2017”, para optar por el grado académico de Maestro en Administración y Dirección de empresas de la Universidad Privada de Tacna. El objetivo de la tesis fue: Determinar cómo se relaciona la gestión de procesos de negocios y la cultura financiera en los microempresarios pertenecientes a los Centros Comerciales situados en Tacna, con el fin de estimar su relevancia en el avance empresarial de la región. La metodología, el tipo de investigación es aplicado, de diseño no experimental, de nivel descriptivo y correlacional. Se concluye que, como plan de comercialización para permanecer y tener éxito en un mercado cambiante y globalizado, en los centros comerciales de Tacna se presenta un nexo importante entre la gestión de procesos de negocios y la cultura financiera.

Balboa (2017), presentó la tesis titulada: “Influencia de la gestión de calidad en el nivel de la rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Olivarrera de Sama, periodo 2015”, para optar por el título de Ingeniero Comercial de la Universidad Privada de Tacna. El objetivo de la tesis fue:

Establecer la incidencia de la gestión de calidad sobre la cuantía de rentabilidad perteneciente a la Asociación Agroindustrial Olivarera, que se localiza en Sama, en el año 2015. La metodología, el tipo de investigación es pura, de nivel correlacional, de diseño observacional, retrospectivo y transversal. Se concluyó según los resultados, que la gestión de calidad incide en la cuantía de rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera, que se localiza en Sama. Teniéndose una correlación positiva y significativa, demostrada estadísticamente a través de la prueba de regresión lineal.

Arias (2020), presentó la tesis titulada: "Impacto de la cultura financiera en el acceso al sistema financiero de las microempresas en la región Tacna, 2017", para optar por el grado académico de Doctor en administración de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. El objetivo de la tesis fue: Establecer la incidencia de la cultura financiera en la accesibilidad al sistema financiero de las microempresas pertenecientes a la región de Tacna, durante el periodo 2017. La metodología, el tipo de investigación es pura o básica y de diseño no experimental. Se concluyó que, la cultura financiera presenta una incidencia significativa sobre la accesibilidad al sistema financiero de las microempresas pertenecientes a la región de Tacna, durante el año 2017. Esto se afirma debido a que, el índice del R cuadrado asciende a 0,881, y el nivel crítico Sig. es igual a

0,000; y, el Pseudo R Cuadrado que tiene un valor de 0,866; ello significa que la cultura financiera influye en un 86,60 % en el acceso al sistema financiero.

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.1 Educación Financiera**

**2.2.1.1 Definición.** Educación financiera se define como un proceso de aprendizaje por parte de los consumidores o clientes sobre temas financieros, principalmente productos y riesgos financieros, con el fin de poder tomar decisiones empresariales con criterios apropiados (Comité Económico y Social Europeo, 2016).

Por otro lado, la OCDE (2005) menciona que la educación financiera involucra que los consumidores y/o inversores financieros comprendan conceptos financieros con la intención de que ellos puedan decidir adecuadamente, saber dónde pedir financiamiento y buscar soluciones objetivas para aumentar su bienestar económico.

Para el Ministerio de Hacienda y Crédito Público de Colombia et al. (2010) la educación financiera se constituye como un proceso que permite a las personas aumentar sus valores, nociones, capacidades y conductas esenciales con el propósito de que puedan decidir responsablemente sobre temas financieros, y para eso es trascendental entender términos financieros elementales y las

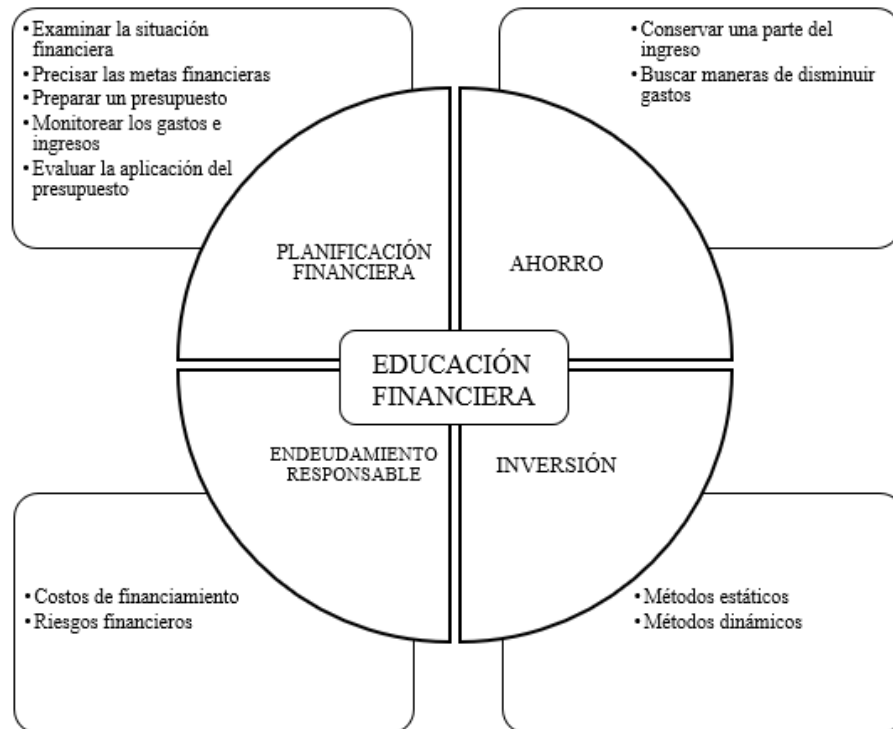
repercusiones de algunos indicadores macroeconómicos en su propio bienestar financiero.

Según la Comisión Nacional del Mercado de Valores y Banco de España (2008) la educación financiera se establece como un medio que lleva a los ciudadanos a aumentar su entendimiento sobre productos y conceptos financieros básicos, evitar estafas o fraudes, tomar decisiones convenientes a su situación económica y prevenir circunstancias peligrosas ocasionadas por préstamos excesivos o riesgos innecesarios.

#### **2.2.1.2 Modelos teóricos.**

**2.2.1.2.1 Modelo de Tramon.** Para Tramon (s.f.), la educación financiera instruye conceptos relativos al dinero y cómo administrarlo responsablemente, asimismo, permite adquirir habilidades básicas vinculadas a los temas de presupuesto, créditos, ahorro, ingresos y gastos.

A nivel empresarial, la educación financiera se puede seccionar en cuatro dimensiones:

**Figura 1***Dimensiones de la educación financiera*

*Nota.* Elaborado en base a Tramon (s.f.).

**2.2.1.2.2 Modelo de Domínguez.** Para el autor Domínguez (2013), es imprescindible que los individuos tengan educación financiera desde temprana edad, debido a que tal educación no está compuesta exclusivamente por conceptos o dogmas fijos que se aprendan en algunas clases, sino que es un proceso constante que se lleva a cabo diariamente.

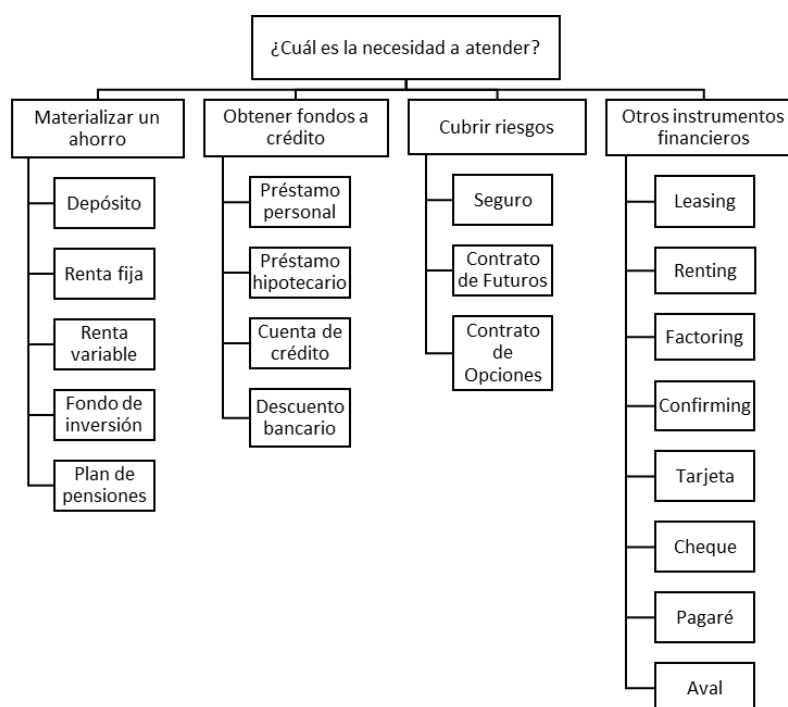
En este contexto, la Comisión de las comunidades europeas (2007) indica que la educación financiera engloba tres componentes:

- Obtener conocimientos y una comprensión de temas financieros;
- Acrecentar aptitudes en ese aspecto, esto es, poseer competencia para emplear los saberes financieros en utilidad propia; y
- Ejercer la responsabilidad financiera, en otras palabras, efectuar una administración apropiada de las finanzas particulares, tomando decisiones informadas, con advertencia previa de los riesgos tomados.

Domínguez (2013) recomienda que a la hora de tomar decisiones financieras se aplique el siguiente procedimiento:

1. Identificar la necesidad financiera, es indispensable aludir que dichas necesidades se pueden clasificar en cuatro categorías: (a) concretar un ahorro; (b) obtener préstamos; (c) cubrir riesgos y (d) otras necesidades. En cada clase o categoría, hay que tener en cuenta que, existen distintos instrumentos financieros para satisfacer las necesidades.

Los instrumentos más destacados son los que se muestran a continuación:

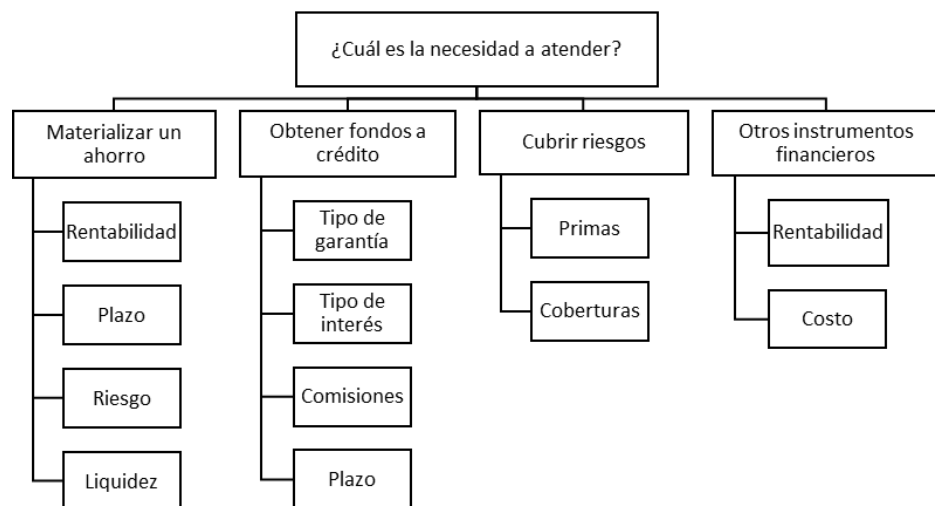
**Figura 2***Clasificación de los instrumentos financieros*

*Nota.* Adaptado de Domínguez (2013).

Asimismo, es importante considerar que para cada necesidad existen variables básicas que ayudaran a analizar las repercusiones futuras a raíz de contratarse un instrumento. Para una mejor comprensión se muestra el siguiente cuadro:

### Figura 3

#### *Toma de decisiones financieras: aspectos*



*Nota.* Adaptado de Domínguez (2013).

2. Identificar los flujos monetarios de entrada y salida relacionados al ciclo de vida del instrumento examinado.
3. Sintetizar la información mediante un indicador que muestra la ganancia que se consigue en la inversión efectuada o el costo en que se incide por la financiación conseguida.
4. Finalmente, se puede decidir qué instrumento financiero se contratará.

### **2.2.1.2.3 Modelo de la Red Financiera BAC-CREDOMATIC.**

La Red Financiera BAC - CREDOMATIC (2008) señala que la educación financiera abarca los siguientes aspectos:

1. Libertad financiera: Este aspecto se origina cuando la rentabilidad obtenida por una inversión es superior a los gastos de un periodo específico (Red Financiera BAC - CREDOMATIC, 2008).
2. Nociones básicas de economía: Para Mueller (2016) existen las siguientes leyes fundamentales de la economía:
  - La etapa de producción se antepone al consumo.
  - La fase de consumo es el fin de la producción.
  - Los productos tienen costo.
  - El valor es individual o situacional.
  - Los sueldos se fijan por la productividad.
  - El gasto es costo y beneficio.
  - La riqueza no es dinero.
  - El trabajo, únicamente, no produce valor.
  - La utilidad es la bonificación del empresario.
  - Las leyes de la economía son leyes completamente lógicas.
3. Recursos y productividad: Según la Red Financiera BAC - CREDOMATIC (2008) los factores de la producción son

condiciones previas, concurrentes y fundamentales que una persona o empresa necesita para efectuar la producción de servicios y bienes. Dentro de estos factores, se puede mencionar los siguientes: el capital, el trabajo, la tierra y los elementos naturales, así como también el conocimiento empresarial y la tecnología.

4. Administración de la riqueza: Andersen (1999) define a la riqueza como la sumatoria de obligaciones, derechos y bienes con los que cuenta una persona o empresa. Este vocablo suele ser empleado como sinónimo de capital o patrimonio. Se considera una medida fija, puesto que se relaciona a una situación o momento específico en el tiempo. La riqueza origina renta y como resultado la renta eleva la riqueza, debido a esto es que la renta se constituye como una variable que evidencia la modificación, en el tiempo, de dos posiciones de riqueza.

Por otro lado, las palabras renta y riqueza, comunes en el entorno económico, son reemplazados en la ciencia contable, por los términos resultado y patrimonio (García I. , 2009).

5. Finanzas: Asmundson & Oner (2012) refieren que dinero es cualquier elemento que funcione como: provisión de valor, unidad de cuenta y medio de desembolso. Asimismo, tanto en

economía, finanzas y ciencias contables, los términos de activo y pasivo son proyectados con el dinero (Red Financiera BAC - CREDOMATIC, 2008).

6. Planificación financiera: Es un procedimiento dinámico que involucra un ciclo de preparar planes, establecerlos y después revisarlos en contraposición con los resultados reales (Bodie & Merton, 2004).
7. Ahorro: Rim & John (2003) consideran que el ahorro se enfoca completamente sobre el tiempo futuro, en función a la previsión para hacer frente a probables urgencias y riesgos, en relación a la preparación para hechos y desembolsos que van a presentarse o con respecto al emprendimiento de un negocio o la ampliación de una empresa en funcionamiento.
8. Inversión: La Red Financiera BAC - CREDOMATIC (2008) destaca que las inversiones suelen ser de diferente tipo puesto que brindan diferentes rentabilidades, seguridades, entre otros. Entonces, existen distintas modalidades de inversión, las cuales son:
  - En el ambiente financiero o de capitales propiamente dicho.
  - En el ambiente de bienes raíces, empresarial y de proyectos.
  - En el ambiente de la educación personal y, en proyección.

- En bienes que con el paso del tiempo multiplican su valía.
9. Administración del crédito: La RED Financiera BAC - CREDOMATIC (2008) sugiere que, para recibir y gestionar un crédito, se debe observar básicamente los siguientes aspectos:
- Mantener un buen historial crediticio.
  - Calcular la capacidad de pago, la misma que muestra los indicadores respecto al monto límite con en el que una empresa podría endeudarse. Mencionándose, como ejemplo, la regla practica que advierte que las deudas no tienen que sobrepasar el 36 % de los ingresos o ventas totales.
  - Controlar y dirigir los gastos.
10. Medios de pago: De acuerdo con Jallath & Negrín (2001) los medios de pago vienen a ser los instrumentos que los agentes económicos necesitan para ceder valor monetario con el propósito de abonar por los activos financieros, servicios y bienes que solicitan. Los autores mencionan que existen medios de pago de alto volumen, los cuales principalmente son: (a) efectivo; (b) cheques; (c) tarjetas de crédito; (d) tarjetas de débito y (e) pagos interbancarios o electrónicos.
11. Tributación: Bravo (2006) sostiene que el sistema tributario es el conjunto de preceptos legales que crean tributos, reglamentan

las obligaciones y procedimientos formales imprescindibles con el fin de hacer posible la recaudación tributaria y, por último, las que comprenden los principios o fundamentos referentes al derecho tributario, contenidas generalmente en la Constitución.

12. Seguros: Se define al seguro como un instrumento comercial y financiero que posibilita, a los individuos o entidades, vigilar y asegurar la situación financiera, ante sucesos venideros, probables de sobrevenir y que no se sabe con exactitud cuándo ocurrirá (Red Financiera BAC - CREDOMATIC, 2008).
13. Sistema financiero: La Red Financiera BAC - CREDOMATIC (2008) manifiesta que los elementos fundamentales del sistema financiero son: (a) intermediarios o instituciones financieras; (b) activos o instrumentos financieros y (c) mercado financiero o de valores.
14. Seguridad financiera: Esta seguridad comprende principalmente la realización de consumos o gastos observando lo presupuestado, la apropiada utilización de los medios de pago para evitar ser parte de fraudes o robos, y el adoptar medidas de prevención al concurrir a las entidades bancarias y al usar los cajeros automáticos con la finalidad de no ser víctimas de la delincuencia (Red Financiera BAC - CREDOMATIC, 2008).

**2.2.1.3 Planificación Financiera.** Según Pérez & Pérez (2016) es el proceso que sigue una empresa para proyectar el futuro que aspira lograr, definiendo los recursos necesarios para conseguirlo. Por otro lado, Ross, Westerfield & Jordan (2010) mencionan que la planificación financiera expone cómo se van a lograr las metas financieras. Por otra parte, para Puente, Viñán & Aguilar (2017) existen dos tipos de planificación financiera según el plazo:

- Planificación financiera a corto plazo: Los activos y pasivos inferiores a un año son los objetos de análisis de esta clase de planeación financiera. El instrumento principal de la planeación a plazo corto es el presupuesto anual.
- Planificación financiera a largo plazo: Este tipo de planificación señala el contexto de progreso o avance de la compañía en relación a las condiciones de equilibrio financiero, de los tipos de financiamiento (externo e interno) y al ritmo del desarrollo del activo. Por otro lado, Ross, Westerfield, & Jordan (2010) señalan que, tal como las firmas se distinguen por su capacidad productiva, su actividad económica y sus productos, el procedimiento de planeación financiera a largo plazo se diferenciará de una empresa a otra; no obstante, los elementos comunes serán los siguientes:

- (a) estados pro forma;
- (b) variable de ajuste;
- (c) pronóstico de ventas;
- (d) supuestos económicos;
- (e) requerimientos financieros y
- (f) requerimientos de activos.

De acuerdo con Tramon (s.f.) existen cinco pasos para ejecutar la planificación financiera:

1. Examinar la situación financiera

Según Calleja (2016) la situación financiera es la vinculación propia que existe entre el capital contable, el pasivo y el activo en una empresa.

En ese sentido el IASB (2009) afirma que la situación financiera de una empresa es la relación existente entre los activos, pasivos y el patrimonio en una fecha específica, tal como se expone en el estado de situación financiera.

Asimismo, el estado de situación financiera de una empresa, está representado por un documento físico, con la función de representar la situación económica y financiera de la empresa en cuestión. Muestra el aspecto económico ya que, refleja los montos de sus recursos (activos) y obligaciones (pasivos y patrimonio).

Además, muestra la situación financiera porque gracias a la información que se puede recopilar de la empresa, se podrá reflejar los ratios financieros, como: nivel de endeudamiento, capacidad de pago, capital de trabajo, entre otros (Zans, 2009).

No olvidemos que, el objetivo del estado de situación financiera es reflejar la situación financiera y económica de la empresa en un momento y tiempo determinado (Zeballos, 2017).

A continuación, presentamos un modelo de estado de situación financiera:

## Figura 4

### Modelo de estado de situación financiera

EMPRESA ESTADO DE SITUACION FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018 Expresado en Soles		
Descripción	2018	2017
<b>ACTIVOS</b>		
Activos Corrientes		
Efectivo		
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar		
Inventarios		
<b>Total Activo Corriente</b>		
Activos No Corrientes		
Inversiones en asociadas		
Propiedades, Planta y Equipo		
Activos intangibles		
Impuesto diferido		
<b>Total Activo No Corriente</b>		
<b>Total Activo</b>		
<b>PASIVOS</b>		
Pasivos Corrientes		
Sobregiros bancarios		
Acreedores comerciales		
Intereses por pagar		
Impuestos corrientes por pagar		
Provisión por obligaciones por garantías		
Beneficios a empleados		
Arrendamientos financieros		
<b>Total Pasivo Corriente</b>		
Pasivos No Corrientes		
Préstamos bancarios		
Beneficios a empleados		
Arrendamientos financieros		
<b>Total Pasivo No Corriente</b>		
<b>Total Pasivo</b>		
<b>Patrimonio</b>		
Capital en acciones		
Ganancias acumuladas		
<b>Total Patrimonio</b>		
<b>Total Pasivo y Patrimonio</b>		

Nota. Adaptado de Estupiñán (2012).

Así también, acontece con el análisis del estado de situación financiera, la información recabada, servirá para acercarnos a la situación real de la empresa, como: los activos, pasivos (financiación externa) y patrimonio (financiación propia). También, podemos obtener información sobre los ratios financieros presentes en la empresa, entre otros datos financieros de gran utilidad (Vinces, 2010).

Además, para poder proyectarse a realizar algún tipo de inversión en la empresa, resulta de gran relevancia, la evaluación de la situación actual de la empresa, evaluando las oportunidades de la misma (Van Horne & Wachowicz, 2010).

Según Zans (2009) la evaluación de la situación financiera de una empresa se basa en 3 métodos, los cuales, son los siguientes:

- Método de análisis vertical: Se logra definir la estructura del balance general, gracias al cálculo del porcentaje de cada parte (Zans, 2009).
- Método del análisis horizontal: Tiene la finalidad de determinar el nivel de variación que se presentó en el estado de situación financiera, respecto a la comparación entre 2 periodos (Apaza, 2009).

- Método de ratios financieros: Básicamente, tiene la finalidad de analizar la liquidez, solvencia y capacidad de endeudamiento, en otras palabras, capacidad de pago de las obligaciones de la empresa (Apaza, 2009).

## 2. Precisar las metas financieras

Según la New York Immigration Coalition & Qualitas of Life Foundation (s.f.) la meta financiera es un objetivo relacionado con el dinero que una empresa quiere lograr obtener en un futuro. Además, Ross, Westerfield, & Jordan (2010) definen las siguientes metas financieras:

- Sobrevivir.
- Disminuir los costos.
- Incrementar las utilidades.
- Superar a la competencia.
- Mejorar las ventas o la intervención de mercado.
- Mantener un aumento permanente de las ganancias.
- Prevenir dificultades financieras y la quiebra.

Ross, Westerfield, & Jordan (2010) sostienen que, si bien es cierto las metas financieras mencionadas anteriormente, no son similares, estas pueden ser agrupadas en 2 tipos de acuerdo a su afinidad, en: Rentabilidad y Control de riesgo. Sin embargo, la

maximización de ambos grupos es casi imposible, por ende, se logra plantear una meta que generalice e involucre a todas, la cual sería: Maximizar el valor de mercado del capital existente de los propietarios. Además, el Banco BASE (2018) establece condiciones, la cuales, deben ser respetadas por las metas financieras antes planteadas, estas son:

- Específicas: El objetivo debe tener claridad y ser concreto.
- Cuantificable: El objetivo que se desea alcanzar, debe ser medible, para su posterior evaluación.
- Realista: El objetivo no debe ser imposible.
- Alcanzable: Así también, debe contarse con todos los recursos necesarios para poder lograr los objetivos planteados.
- Definidas en el tiempo: Debe contar con una organización temporal, definiendo plazos y etapas.

### 3. Preparar un presupuesto

Fremgen (1976) indica que: “para lograr los objetivos que establece la gerencia de una empresa, se debe realizar un presupuesto, el cual, integra las actividades de índole financiero, relacionadas con las actividades y recursos propios de la empresa. Estos son programados para un periodo determinado de tiempo” (citado en Flores, 2000).

Además, Ramirez (1994), sostiene que los elementos que conforman el presupuesto, son los siguientes:

- Es un plan: Refleja lo que la empresa va a realizar, esto se traduce en el presupuesto a utilizar.
- Integrador: Involucra a todas las áreas y actividades que se llevan a cabo en una empresa.
- Coordinador: Respecto a los planes establecidos en relación al presupuesto, deben realizarse con la intervención de todos los miembros de la empresa y en equipo.
- En términos financieros: Es básico para la organización el uso de una única unidad monetaria para reflejar el presupuesto. Por ende, todos los integrantes se comuniquen en el mismo idioma.
- Operaciones: El cálculo de los ingresos, así como los egresos, a los cuales, las empresas están sometidas, influyen directamente en el presupuesto de la empresa evaluada.
- Recursos: Para la elaboración del presupuesto a utilizarse en la empresa, se debe tomar en cuenta los recursos que van a requerirse, con la finalidad de realizar los planes de operaciones.

- Dentro de un periodo determinado de tiempo: La elaboración de un presupuesto debe ser estipulado en relación de un periodo específico (citado en Flores, 2000).

Además, según Muñiz (2009) indica que la elaboración correcta de un presupuesto posee ventajas, las cuales serán nombradas a continuación:

- Gracias a la elaboración del presupuesto, la empresa tendrá el número exacto de los recursos financieros que se van a requerir para lograr los objetivos planteados.
- Incentiva el cuidado en la elaboración de este material con la finalidad de evaluar las consecuencias que podrían suceder en cada actividad, en el caso de que no sea desarrollado de manera óptima.
- Con su óptima utilización podremos tener conocimiento de la cantidad de recursos que se necesitan para llevar a cabo las actividades que fueron planteadas inicialmente.
- Así también, facilita el control de ingresos y egresos en la empresa, y ayuda a una mejor identificación de problemas de manera segmentada y precisa.

Finalmente, Flores (2000), indica que, en el caso de que exista algún tipo de inflación en el presupuesto proyectado, provoca su

incidencia directa en el análisis de valores históricos, es por ello que se recomienda que, al elaborar el presupuesto empresarial, sea considerando los índices inflacionarios.

#### 4. Monitorear los gastos e ingresos

En la presente etapa, se va a controlar, vigilar y observar la correcta ejecución del presupuesto, así también, se va a realizar la comparación de cifras reales con cifras presupuestadas, definiendo así las variaciones, ubicando el lugar específico donde se presenta el problema, con la finalidad de determinar la corrección indicada (Cárdenas, 2008).

Flores (2000) indica que dentro las actividades generales, se consideran específicas a las siguientes:

- Realizar informes de ejecución parcial y acumulativa, con la finalidad de integrar análisis numéricos y porcentuales de la situación real y lo que fue presupuestado.
- Brindar y dar explicación de las causas que provocaron estas desviaciones.
- Adecuar las medidas de corrección o en el peor de los casos realizar modificaciones en el presupuesto cuando sea requerido.

## 5. Evaluar la aplicación del presupuesto

Una vez finalizada la presupuestación, se debe realizar el informe crítico de los resultados que fueron hallados, el cual contendrá la obtención de la variabilidad, además de la obtención de cómo se comportan las funciones y actividades de índole empresarial. (Flores, 2000). Además, los resultados hallados, son de utilidad para que el nivel gerencial realice una toma de decisiones adecuada (Del Río, 2009).

**2.2.1.4 Ahorro.** Según Tramon (s.f.), sostiene que el ahorro es el ingreso que no es destinado al gasto, reservándose para necesidades que aparezcan en el futuro. Por ende, para efectuar el ahorro en las empresas, no basta con realizar el análisis de los gastos diarios, sino también, debe dirigirse al análisis de la estructura como organización, con la finalidad de estar al tanto de los futuros y posibles desequilibrios. Asimismo, el ahorro realizado por las empresas en cuestión, les permite la inversión en estrategias de crecimiento, las cuales, impulsen el negocio (Redacción Mundo Ejecutivo, 2017).

Existen dos tipos de ámbitos o contextos para ahorrar, los cuales están divididos en el ámbito formal e informal. Se debe agregar que dentro del contexto formal se encuentran las

instituciones financieras que ofertan distintos tipos de servicios de ahorro, y el ámbito informal del ahorro comprende el dinero guardado fuera de las instituciones financieras (Tramon, s.f.).

Para el autor Tramon (s.f.) el ahorro involucra dos principios básicos:

1. Conservar una parte del ingreso

Moreno (s.f.) sostiene que, del total de los ingresos recabados por la empresa, un porcentaje debe ser destinado para el ahorro, dependiendo en gran medida de los objetivos empresariales que se tenga, es por ello, que en algunas empresas se considera mentalmente que el ahorro es un gasto mensual, el cual es obligatorio.

Por su parte, Tramon (s.f.) con la finalidad de que el ahorro se consolide como parte de la política empresarial, se debe elaborar un plan, el cual, debe establecer las metas, la cantidad de dinero, además de programar el monto exacto de dinero que se debe ahorrar de manera: diaria, semanal o mensual, todo esto, de acuerdo a lo estipulado en un plan de ahorro. Así también, para su elaboración, se propone el siguiente procedimiento:

- Definir las metas referentes al ahorro.

- Programar el tiempo de ahorro, con la finalidad de cumplir con las metas de ahorro estipuladas.
- Pronosticar los ingresos para el periodo de tiempo de ahorro.
- Reajustar los gastos de la empresa, que puedan minimizarse, así también, destinarlos al plan de ahorro.
- Indagar y determina los lugares para el ahorro, además de tener conocimiento de los servicios de ahorro existentes en el mercado, así como, las ventajas y desventajas que presentan.
- Programar la cantidad y la frecuencia con la que se llevara a cabo el ahorro.
- Realizar el seguimiento del ahorro realizado, con el objetivo de que se esté cumpliendo lo estipulado en el plan de ahorro empresarial.

## 2. Buscar maneras de disminuir gastos

Desaparecer algunos gastos innecesarios que se realizan en la empresa, lo cual, provoca menores ingresos y beneficios para la empresa, en otras palabras, realizar una racionalización de los gastos. Posteriormente, identificar las formas y estrategias, que permitan ahorro continuo, así mismo, estas estrategias, motivan la innovación empresarial, elevando los índices de eficiencia, por ende, la competitividad frente a la competencia (Ángel, 2008).

Basándose en lo antes mencionado, según Tirado (s.f.) se establecen 5 maneras para minimizar los gastos en una empresa u organización, estos pueden ser:

- Plan político para ahorrar energía: Estableciendo una política con la finalidad de designar a un responsable, el cual, se encargue de la supervisión del apagado de los diferentes aparatos dependientes de energía eléctrica dentro de la empresa.
- Enfoque en rentabilidad: Cada cierto tiempo, los productos que no generen rentabilidad a la empresa deben ser desechados, así mismo, enfocarse en mejorar a los que si generen mayores beneficios.
- Innovar en la aplicación de contabilidad electrónica: Es cierto que el dinero que se invierte para la implementación de la contabilidad electrónica en la empresa es recuperable al quinto mes. Asimismo, al tener libros contables electrónicos, la empresa se evitará del gasto de papel, impresión, almacenamiento logístico, etc.
- Aprovechar la tecnología para el teletrabajo: Con la aplicación de la tecnología, en el caso de videollamadas, se disminuye en gran medida, el alquiler de espacios, destinados para oficinas.

- Aprovechar comprar al por mayor: Es muy importante delegar tareas a un personal capacitado en compras, con poder de negociación con proveedores, con la finalidad de reducir gastos.

**2.2.1.5 Endeudamiento Responsable.** Es definido como la capacidad que tiene la empresa para afrontar deudas, siendo cubiertas por los ingresos ordinarios disponibles (ASBA, s.f.). Es por ello que, la mayoría de empresas suelen endeudarse, porque confían en que el costo de sus deudas, puede ser cubierto por los ingresos de las inversiones financiadas. Teóricamente, porque el ROI resulta ser superior al costo de la deuda de la empresa (ACCID, 2011).

Así también, Torres, Guerrero, & Paradas (2017) indican que cuando en la empresa, los recursos propios no son suficientes para mantener la sostenibilidad de esta, se recurre al financiamiento externo, o a terceros.

Este tipo de financiamiento, además, se puede clasificar en 2 tipos, referente al tiempo:

- A corto plazo: Se considera como un máximo de 1 año para el culmino de obligaciones que tiene la empresa. Así mismo,

podemos considerar a los créditos comerciales, créditos bancarios, pagarés, líneas de crédito, entre otros.

- A largo plazo: Generalmente en este tipo de acuerdo, el plazo se extiende más de 1 año, generalmente se realizan para obtener una mejora en la empresa, por ende, aumentar sus ganancias. Así también, dentro de este tipo de compromiso a largo plazo, podemos mencionar a: los bonos, hipotecas, arrendamiento financiero.

De acuerdo con Tramon (s.f.) para recurrir a una fuente de financiamiento, previamente se deben considerar dos factores:

#### 1. Costos de financiamiento

Iborra, Dasí, Dolz, & Ferrer (2014) indican que los costos financieros directos de los recursos, están sujetos a otras fuentes de financiamiento, como: costos fiscales, administrativos y asesoramiento; estos costos influyen en el incremento de la financiación.

Además, podemos describir la tasa efectiva anual, el cual, es considerado como un indicador, dado en porcentaje, que describe el costo efectivo de un producto financiero, el cual incluye el interés, gastos y comisiones bancarias. Asimismo, la tasa efectiva anual, es de gran utilidad para la empresa, ya que refleja la

comparativa de diversos productos de índole financiero (Agentes Locales de Promoción Diputación de Almería, 2011).

## 2. Riesgos financieros

Citando a Gitman (2003) considera que riesgo financiero es la posibilidad de que la empresa no logre cubrir sus obligaciones financieras programadas. Así mismo, según Aravena & Cifuentes (2013) sostiene que, el riesgo financiero se puede presentar en 3 situaciones:

- Riesgo de crédito: Es la probabilidad de sufrir una pérdida a causa del incumplimiento de las obligaciones de pago pactadas.
- Riesgo de mercado: Describe las pérdidas que pudieran llevarse a cabo, debido a los malos manejos en los precios del mercado.
- Riesgo de liquidez: Es la probabilidad de sufrir pérdidas producidas por la dificultad, parcial o total, de realización de ventas o compras de activos, sin efectuarse una variación sensible de los precios.

Con la finalidad de poder manejar los riesgos financieros, que pudiesen presentarse en un momento determinado, la empresa involucrada está en el deber de realizar 3 tareas indispensables:

- Localización de las fuentes de riesgo que compromete a la empresa involucrada.
- Cuantificación de los posibles tipos de riesgos que puedan afectar a la empresa.
- Buscar e interiorizar mecanismos, los cuales, ayuden en la minimización de riesgos para la empresa (EALDE, 2018).

**2.2.1.6 Inversión.** Según López-Jurado, Gracia, Yagüez, & Merigó (2008), la inversión, se refiere a toda salida de dinero de la empresa, con la finalidad de adquisición de bienes concretos, además de ser de uso empresarial, durante una variedad de ciclos económicos, cumpliendo los objetivos establecidos.

Para Prieto (1975), los objetivos de la inversión, son clasificados de la siguiente manera:

- Inversiones de renovación: Se refiere al reemplazo de algún recurso material antiguo por uno nuevo.
- Inversiones de expansión: Ante el aumento de la demanda, se requerirá la inversión en diferentes áreas.
- Inversiones de innovación: Ante el avance de la tecnología y las diferentes oportunidades que se ofrece hoy en día para disminuir costos, la empresa tiene la posibilidad de apostar por nuevas formas de hacer empresa.

- Inversiones estratégicas: Basadas en cumplir objetivos, como: disminuir riesgos financieros, o realizar inversiones, con el fin de, brindar opciones de solución a problemas sociales actuales.

Asimismo, para Escribano (2011), en función a la selección y valoración de inversiones, con estos se logra indagar si el proyecto de inversión a realizarse tendrá una rentabilidad óptima, además de brindarse un ranking, evaluando las oportunidades que tiene la empresa, para una futura inversión. Se define dos métodos de selección de inversiones:

#### 1. Métodos estáticos

Referente a tomar los flujos de caja como si se hubiesen desarrollado en un determinado y único momento de tiempo (Escribano, 2011). Por lo general, este tipo de métodos, posee menor dificultad y mayor simplicidad, terminando siendo útiles en el primer contacto con el proyecto de inversión (Martínez, López, & Suárez, s.f.).

Asimismo, según Iborra, Dasí, Dolz, & Ferrer (2014) los métodos estáticos, también son clasificados, es por ellos que, de esa clasificación, se rescata lo siguiente:

- El pay back: Referente a esto, las inversiones realizadas de manera óptima, son las que se recuperan más rápido.

- El rendimiento de la inversión: Es determinado como los beneficios que se generan, gracias a la inversión.

## 2. Métodos dinámicos

Utilizan y toman en cuenta la cronología de los flujos de caja, además tienen en consideración, de que el valor de la moneda de hoy en día no será el mismo dentro de “n” años (Escribano, 2011). Así también, estos métodos, tienen un comportamiento con mayor complejidad que los métodos estáticos, ya que no se cierran en referenciarse del análisis de un determinado momento, sino toman en cuenta, la cronología del tiempo y como los flujos de cobros y pagos están en constante cambio, además son sensibles a diversos factores, como: el interés, inflación, etc. (Sanz, 2016). Teniendo en cuenta a Escribano (2011) existen tres métodos dinámicos:

- Método del valor actual neto (VAN): Establecen la relación entre la inversión que se realizó al inicio de una actividad financiera, así mismo, como generó rentabilidad en el cálculo de los flujos de caja, durante el tiempo que dura un ciclo económico (Flores, 2000).
- Método del payback descontado: Este método ayuda a la determinación del momento en el que se recupera el dinero

usado para una inversión, a su vez, se toma en cuenta los diversos efectos y alteraciones que tuvo el dinero a través del tiempo (Sevilla, s.f.).

- Método de la tasa interna de retorno (TIR): Es el tipo de rentabilidad que produce la inversión realizada, incluyendo el porcentaje de beneficios y pérdidas, este monto será reflejado en porcentaje (García, 2017).

**2.2.1.7 Beneficios de la educación financiera.** Según EDUFIEMP (s.f.) la educación financiera favorece a las personas en todas las fases de su existencia: a los infantes, les ayuda a entender la relevancia del ahorro y del dinero; a los adolescentes y jóvenes, los capacita para desempeñarse seriamente como ciudadanos; a los adultos, les facilita información para tomar mejores decisiones económicas vitales, como por ejemplo contratar un seguro o adquirir un bien inmueble. Más aún, en el aspecto familiar contribuye a que se adopten decisiones de inversión y ahorro según las necesidades y riesgos familiares, lo cual fomenta la seguridad y la solidez del sistema financiero. Se debe agregar que, impulsa el aumento de nuevos servicios y productos, la competencia y modernización financiera.

Por otro lado, de acuerdo con el Instituto de Emprendimiento Avanzado (2018) la educación financiera brinda a los empresarios los siguientes beneficios:

- Efectuar pronósticos de negocios, razonables e imparciales, puesto que la educación financiera provee de instrumentos analíticos básicos para elaborar proyecciones fundamentales sobre la inversión obligatoria, los costos operativos y los futuros ingresos.
- Realizar compromisos que favorezcan a la empresa, debido a que manejar una organización involucra establecer distintos compromisos, los cuales pueden estar en relación con la planilla de trabajadores, la adquisición de activos fijos o con créditos hacia la clientela. Por otro lado, no medir la capacidad financiera de la empresa antes de hacer compromisos puede llevar a esta a la quiebra, como resultado es importante que la estrategia económica se base en la contabilidad de costos.
- Cuantificar el avance verdadero de la empresa para optimizar su eficiencia. Los empresarios deben estar informados sobre los estados financieros de su negocio ya que con esos datos pueden controlar el funcionamiento de las diferentes operaciones de la empresa, lo que les permite realizar ajustes indispensables para

solucionar problemas y evitar caer en situaciones no reversibles. Asimismo, al medir más razonablemente los resultados y tomando en cuenta la productividad se podrá tomar buenas decisiones financieras.

**2.2.1.8 Educación financiera y los empresarios.** Cruz (2013) señala que varias personas emprenden sus negocios con insuficiente educación financiera que pueda contribuir a su crecimiento a través del tiempo, en consecuencia, se generan grandes problemas de gestión. Frecuentemente, una mala costumbre que tienen los propietarios de empresas es que juntan el dinero del negocio con el personal y terminan usando ese dinero para cubrir sus gastos, en vez de invertir la cantidad dineraria correspondiente en la empresa. Es así que se genera confusiones de utilidades, lo que puede causar que el negocio entre en bancarrota.

Por otra parte, Romero (2017) menciona que varios dueños de negocios no se comprometen adecuadamente con la administración financiera de su empresa por distintas razones:

- Los empresarios se enfocan en otros aspectos comerciales, por lo que omiten utilizar y analizar la información financiera, debido a la idea de que su contador o asesor financiero es el único

encargado de esos asuntos y que por una generosa remuneración hará desarrollar a la empresa.

- Los dueños no se consideran con la adecuada capacidad numérica y creen que el análisis financiero y comercial que efectúan no es el más apropiado para la situación del negocio y que, por ello, le pueden originar perjuicios notables a la empresa.
- Los propietarios de los negocios aceptan o aprueban todos los reportes financieros que les entrega su asesor contable y no le piden información más detallada, ni revisan con él las medidas que se han adoptado.

## **2.2.2 Rentabilidad sobre las Ventas**

**2.2.2.1 Definición.** Según el INEI (s.f.) la rentabilidad sobre las ventas se define como un índice que determina la utilidad alcanzada en un periodo anual en función a las ventas netas obtenidas en el mismo año. Igualmente, se le nombra como indicador de productividad o margen sobre ventas.

En efecto, Riquelme (2012) refiere que la rentabilidad sobre las ventas es un indicador que se denota mediante la forma de porcentaje y que tiene el fin de medir la habilidad de la compañía para obtener ganancias.

Por otra parte, esta medición de rentabilidad se calcula por la relación existente entre las utilidades netas y los ingresos netos, en otras palabras, se obtiene por la utilidad neta sobre ventas. Este margen es la fuente primaria de rentabilidad de la firma, los demás indicadores de rentabilidad están sujetos a esta, de hecho, si el margen sobre ventas es nulo, la rentabilidad financiera y la económica igualmente lo son (Sallenave, 2002).

Por último, este tipo de rentabilidad se precisa como el margen de ganancia que se consigue de las ventas efectuadas. Dicho indicador habitualmente es una responsabilidad continua de los ejecutivos de ventas de las compañías (Juárez, 2011).

#### **2.2.2.2 Evaluación Comparativa de la Rentabilidad sobre Ventas.**

Van Horne & Wachowicz (2010) señalan que la rentabilidad sobre las ventas, que es una razón financiera, puede ser analizada y comparada de dos formas:

##### **1. Comparación interna**

De acuerdo con Van Horne & Wachowicz (2010) este análisis se efectúa con los datos propios de la empresa, y muestra la evolución de esta razón en el tiempo. A su vez, implica dos tipos de comparaciones:

- Comparación del margen sobre ventas actual con una pasada: Los mismos autores mencionan que si la rentabilidad sobre las ventas, esencialmente, no varía en periodos de diferentes años. No obstante, el margen de ganancia neta disminuye en el mismo periodo, esto se puede deber a una tasa del impuesto a la renta más elevada o a que los gastos administrativos, de ventas y generales han aumentado en consideración a las ventas. Todavía cabe señalar que, si la rentabilidad sobre las ventas decae en un periodo, se puede deducir que el costo de fabricación de los bienes en relación a las ventas se ha incrementado. Asimismo, esta situación se puede originar por una disminución en la eficiencia operativa conforme al volumen o por haber dispuesto precios más inferiores (Van Horne & Wachowicz, 2010).
- Comparación del margen sobre ventas actual con una esperada en el futuro: En este caso, se calculan tomando en cuenta el estado de resultados proyectado, o pro forma, y se compara con la rentabilidad sobre ventas del presente y las pasadas (Van Horne & Wachowicz, 2010).

## 2. Comparación externa y fuente de razón industrial

Gitman & Zutter (2012) lo llaman análisis de una muestra representativa y destacan que comprende dos métodos:

- Comparación externa: implica la comparación de la rentabilidad sobre las ventas de diferentes empresas de la misma industria en un mismo periodo (Gitman & Zutter, 2012). Por otra parte, con este indicador se puede contrastar el rendimiento de diversas firmas pertenecientes al mismo sector, sin considerar sus estructuras o capacidades financieras (Sallenave, 2002).
- Comparación del margen sobre ventas con el promedio industrial en el mismo momento, lo cual ayuda a identificar cualquier desviación significativa con respecto a un promedio de la industria aplicable (Van Horne & Wachowicz, 2010).

### **2.2.2.3 Formas de Mejorar la Rentabilidad sobre las Ventas.**

Arenal (2019) señala que, si el resultado de la rentabilidad sobre ventas no es muy conveniente para la entidad, se recomienda ejecutar una de las opciones siguientes:

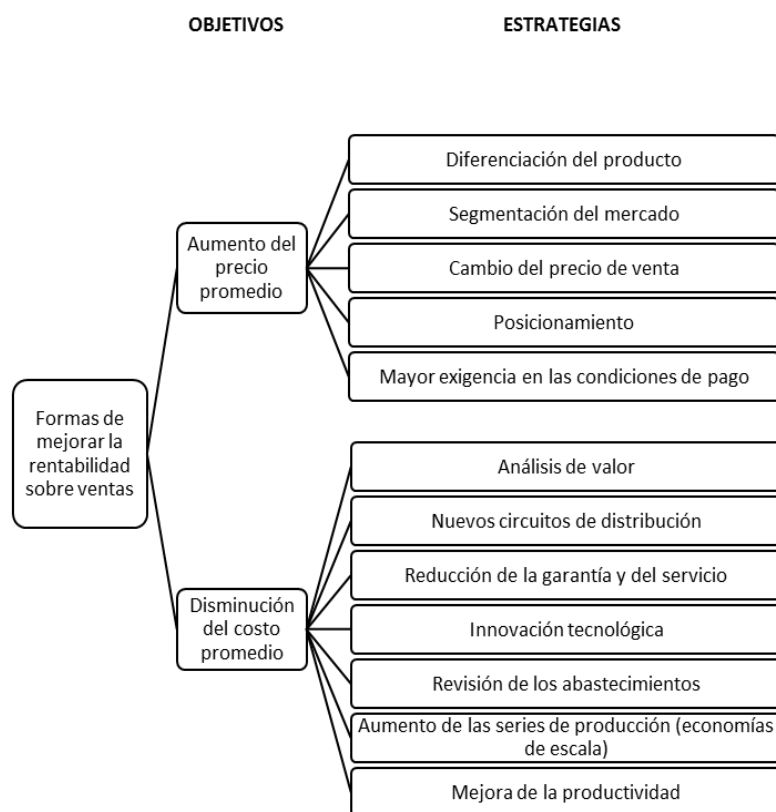
- Acrecentar ventas: Para alcanzar este propósito, lo más usual es implantar una estrategia de ventas, la cual normalmente es planificada por el departamento o área de marketing.

- Reducir costos: La empresa debería reducir costos para así aumentar la rentabilidad, pero esta solución es más complicada de conseguir respecto de la anterior.

Por otro lado, Sallenave (2002) considera que existen dos formas de incrementar el margen sobre ventas, y en la figura siguiente se muestra algunas propuestas para acrecentar la rentabilidad sobre las ventas de una firma:

**Figura 5**

*Estrategias para mejorar la rentabilidad sobre ventas*



*Nota.* Elaborado en base a Sallenave (2002).

Finalmente, el autor Sallenave afirma que no se puede considerar al margen sobre ventas como único criterio para revisar el desempeño integral de una compañía y tomar decisiones empresariales (aumentar el precio o reducir costos) puesto que se debe considerar otros factores relacionados a la rentabilidad como el capital o el nivel de ventas a largo plazo.

#### **2.2.2.4 Modelos Teóricos.**

**2.2.2.4.1 Modelo de Van Horne & Wachowicz.** Para los autores Van Horne & Wachowicz (2010) la rentabilidad sobre las ventas o también llamado el margen de ganancias brutas muestra la ganancia de la compañía en función a las ventas, luego de restar el costo de fabricación de los productos. Asimismo, sirve como un índice para determinar el precio de los bienes. Esta razón se obtiene dividiendo la ganancia bruta sobre las ventas netas, o sea, de la forma siguiente:

$$\text{Margen de ganancias brutas} = \frac{\text{Ganancia bruta}}{\text{Ventas netas}}$$

También, los autores afirman que una dimensión más específica del margen de ganancias brutas es el margen de ganancia neta, el cual mide la rentabilidad de las ventas de la

empresa después de deducir todos los gastos y el impuesto a la renta.

Además, informa el ingreso neto por cada sol de venta y se calcula con el siguiente ratio:

$$\text{Margen de ganancia neta} = \frac{\text{Ganancia neta después de impuestos}}{\text{Ventas netas}}$$

En este orden de ideas, Van Horne & Wachowicz (2010) señalan que esta razón proviene de los datos del estado de resultados. En consecuencia, la Fundación IFRS (2013) menciona que el estado de resultados, considerando la clasificación de gastos por función, se puede ilustrar de la manera siguiente:

**Figura 6***Modelo de estado de resultados*

Empresa		
Estado de resultados		
Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2018		
(Expresado en soles)		
	2018	2017
Ventas netas		
Costo de ventas		
<b>Ganancia bruta</b>		
Otros ingresos		
Gastos de venta y distribución		
Gastos de administración		
Otros gastos		
Costos financieros		
<b>Ganancia antes de impuestos</b>		
Gasto por impuestos a las ganancias		
<b>Ganancia del ejercicio</b>		

*Nota.* Adaptado de Fundación IFRS (2013).

**2.2.2.4.2 Modelo de Gitman & Zutter.** Los escritores Gitman & Zutter (2012) enfatizan que el estado de resultados es un instrumento muy empleado para medir el margen sobre ventas. Por otra parte, los citados escritores mencionan que existen tres formas de medir la rentabilidad sobre las ventas:

1. Margen de utilidad bruta: Establece el porcentaje de utilidad que se obtiene de cada sol de ventas luego de que la compañía haya

pagado la adquisición de los productos vendidos. Por otro lado, este margen es favorable para la empresa cuanto más superior sea pues señala que el costo relativo a los bienes vendidos es menor, dicho margen se expresa con el siguiente indicador:

$$\text{Margen de utilidad bruta} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas}}$$

2. Margen de utilidad operativa: Este margen calcula el porcentaje de utilidad que genera cada sol de ventas, luego de que se resten los gastos y costos totales de la empresa, excepto los gastos por dividendos de acciones preferentes, impuestos e intereses. Además, se aconseja un margen de utilidad elevado. Esta razón se obtiene con la siguiente fórmula:

$$\text{Margen de utilidad operativa} = \frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Ventas}}$$

3. Margen de utilidad neta: Estima el porcentaje de utilidad que permanece de cada sol de ventas tras deducirle todos los gastos y costos, añadiendo los gastos por dividendos de acciones

preferentes, impuestos e intereses. Es conveniente para la firma que este margen sea alto y su razón es la siguiente:

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Ganancia disponibles para los accionistas}}{\text{Ventas}}$$

**2.2.2.4.3 Modelo de Pérez-Carballo.** El autor Pérez-Carballo (2010) señala que el margen o rentabilidad sobre las ventas determina la productividad de los ingresos para originar beneficios, dicho de otra manera, el excedente relativo alcanzado sin descontar el impuesto sobre las utilidades ni los gastos financieros. En consecuencia, este indicador muestra el resultado que se produce por cada sol de ingreso y se halla de la forma siguiente:

$$\text{Margen sobre ventas} = \frac{\text{Beneficio de explotación}}{\text{Ingresos}}$$

Este ratio mide la capacidad de los ingresos o ventas para originar el beneficio de explotación a través de la gestión conjunta del volumen de la actividad, gastos, costos y precios. Los ingresos se consiguen al multiplicar las unidades vendidas por los precios de venta; los costos son aquellos desembolsos efectuados con el fin de

producir los bienes vendidos, y los gastos que están compuestos principalmente por los de administración o los comerciales. El volumen de la producción o actividad incide mediante la distribución de los gastos y costos fijos sobre el número de productos, y por su repercusión en los conceptos observables.

Además, el autor señala que existe una razón complementaria del margen sobre ventas, el cual aplica el EBITDA en el numerador y mide la capacidad de los ingresos para producir dinero porque no descuenta las partidas de gastos y costos que no influyen sobre el flujo de efectivo (las provisiones, el deterioro de activos y las amortizaciones), a diferencia del índice de rentabilidad sobre ventas que mide solo la obtención de beneficio. Su razón se expresa de la manera siguiente:

$$\text{Margen Ebitda} = \frac{\text{Ebitda}}{\text{Ingresos}}$$

**2.2.2.5 Margen de Ganancias Brutas.** Según Emery, Finnerty, & Stowe (2000) es el importe de cada sol de ingresos que permanece luego de descontar el costo de ventas.

Asimismo, este indicador es adecuado como método de comparación con otras empresas semejantes, a fin de determinar si el negocio se encuentra en un beneficio conforme al sector. Al mismo tiempo, el margen de ganancias brutas, al momento de efectuar decisiones de inversión, se usa como un instrumento de análisis fundamental considerando el ratio de solvencia, el PER o los flujos de caja descontados (Sevilla, s.f.).

Por otro lado, Van Horne & Wachowicz (2010) señalan que esta razón resulta de la división entre la ganancia bruta y las ventas netas, dichos componentes se explican a continuación:

1. Ganancia bruta: Es el resultado proveniente de la resta entre las ventas y el costo de ventas, y es fundamental debido a que representa el monto de dinero disponible para pagar los los costos de financiamiento, gastos operativos, impuestos, entre otros (Emery, Finnerty, & Stowe, 2000).

En finanzas se utiliza la ganancia bruta con el objeto de evaluar el potencial de proyección y sostenimiento que posee un producto dentro del mercado. Se realiza de esta forma dado que los gastos fijos de la empresa quedan excluidos del cálculo de esta ganancia, ya que dichos gastos no intervienen de forma directa en la utilidad del producto (Mejias, 2019).

Debido a que el costo de ventas influye en la determinación de la ganancia bruta, este término alude al costo integral de los productos vendidos; y en particular para las empresas comerciales dicho costo está compuesto por el costo de adquisición de los productos vendidos y en las empresas industriales por el costo de producción de los productos vendidos (Cárdenas, 2016).

Además, Guzmán, Guzmán & Romero (2005) señalan que la matriz completa del costo de ventas de una empresa comercial sería la siguiente:

### **Figura 7**

#### *Costo de ventas de una empresa comercial*

Compras de mercaderías
(+) Costos incidentales de compras
<b>(=) Compras brutas</b>
(-) Devoluciones y rebajas de compras
<b>(=) Compras netas</b>
(+) Inventario inicial de mercaderías
<b>(=) Mercadería disponible para la venta</b>
(-) Inventario final de mercaderías
<b>(=) Costo de ventas</b>

*Nota.* Adaptado de Guzmán, Guzmán & Romero (2005).

2. Ventas netas: Son el producto de las ventas brutas, procedentes del giro empresarial menos las rebajas, descuentos, devoluciones y bonificaciones otorgadas (Zeballos, 2017).

Mas aún, de acuerdo con Mejias (2019) la importancia de dichas ventas consiste en que:

- Permite conocer con exactitud los márgenes de venta, en otras palabras, cuánto dinero efectivamente causa una venta luego de deducir los gastos inherentes de la propia venta. Consecuentemente, se puede fijar el importe preciso de dinero que ingresa a la compañía en virtud de las ventas.
- Previene la equivocación típica de considerar como ingreso de venta lo concerniente a bonos, impuestos de venta y otros elementos que influyan en el flujo de dinero proveniente de las ventas.
- Al establecerse los importes de las ventas netas se facilita la obtención de información macroeconómica del propio negocio.
- A partir del valor de estas ventas se pueden obtener las utilidades de un negocio.

**2.2.2.6 Margen de Ganancia Neta.** Esta razón determina las utilidades que se consiguen de cada sol de ventas luego de cancelar todos los gastos, incluyéndose el costo de ventas, los gastos operacionales, la depreciación, los gastos financieros y los impuestos (Emery, Finnerty, & Stowe, 2000).

Acosta (2018) agrega que otro rasgo del margen de ganancia neta, de diversos períodos de empresas que pertenecen a un mismo sector, es que se pueden comparar claramente pese a los distintos tamaños de las transacciones.

Objetivamente no existe un valor de margen de ganancia neta que sea el ideal: el margen será el adecuado si complace las aspiraciones de los inversionistas y se encuentra en el rango promedio de la industria o es un monto más alto que éste, se considerará más eficiente a la firma que obtenga un mayor margen de ganancia. A su vez el autor Acosta (2018) reporta que las causas de un apropiado margen de ganancia neta son:

- La implantación de una conveniente estrategia de precios.
- La administración eficiente del costo de ventas.
- Control apto de gastos.
- Políticas acertadas de inversión y financiación.

Con respecto a esta razón, Van Horne & Wachowicz (2010) indican que, es el resultado de la división entre la ganancia neta después de impuestos y las ventas netas. Tomando en cuenta lo anterior, según Roldán (s.f.) se considera como ganancia neta después de impuestos al monto resultante después de descontar de los ingresos conseguidos por una organización, todos los gastos e impuestos correspondientes.

Habría que decir también que, determinar con exactitud la ganancia neta es importante puesto que este es el importe efectivo de utilidades que recibirán los dueños del negocio. A pesar de que una empresa tenga muchos ingresos o ventas, ésta no necesariamente tendrá éxito si sus costos son elevados ya que no podrá dar una ganancia razonable a sus dueños (Roldán, s.f.). En resumen, la ganancia neta es el resultado que realmente pertenece a los empresarios (Barrow, 2002).

Todavía cabe señalar que, para obtener la ganancia neta después de impuestos, a la utilidad bruta se le debe adicionar el rubro de otros ingresos y descontar los demás gastos de la empresa, tales rubros se desarrollan a continuación:

- Otros ingresos: Son otras partidas que satisfacen el concepto de ingresos, sin embargo, no son ingresos procedentes de

actividades ordinarias. Si en el estado del resultado integral se reconocen las ganancias, es común revelarlas por separado, dado que la información de estos ingresos es conveniente para tomar elecciones económicas (Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad, 2009). Además, Horngren, Harrison, & Bamber (2003) citan como ejemplo de este rubro, a las ganancias obtenidas por la venta de activos fijos.

- Gastos de venta y distribución: Según Magallón (2015) son aquellos desembolsos que se producen a fin de colocar el artículo en el mercado para obtener, en consecuencia, su compensación mediante las ventas. Forman parte de estos gastos efectuados: la publicidad, promociones de venta, estudio de mercado, el gasto de la distribución física, entre otros. Asimismo, Cárdenas (2016) afirma que tales gastos comprenden básicamente los de almacenaje, embarque y transportación hasta los compradores, así como aquellos en que se incurre para suscitar el deseo de posesión del producto por parte del consumidor. Por otra parte, Reyes (2005) señala que el control de los gastos o costos de distribución se puede lograr a través del presupuesto.

- Gastos de administración: De acuerdo con Buján (2018) son todas las erogaciones derivadas de la dirección y control de una entidad. Asimismo, no son directamente atribuibles a las operaciones de comercialización, financiación o producción. De igual forma, Horngren, Harrison, & Bamber (2003) afirman que los gastos administrativos comprenden principalmente los gastos de oficina, como los sueldos del presidente y empleados de oficina de la entidad, o la depreciación e impuesto predial del edificio de las oficinas, entre otros relacionados.
- Otros gastos: Son gastos en que incurre la empresa y que son causados por actividades que no están relacionados a la operación de la empresa (Mendoza & Ortiz, 2016). Se considera como otros gastos los ajenos a las actividades principales de una entidad, como una pérdida en la venta de activos fijos, pérdidas sobre litigios, entre otros (Horngren, Harrison, & Bamber, 2003).
- Costos financieros: Según Buireu (2007) son aquellos procedentes del empleo de recursos financieros no propios de la entidad utilizados para la mejora de sus operaciones. Igualmente, Cárdenas (2016) señala que tales costos hacen referencia a los originados por la financiación en la compañía (intereses) así como las diversas comisiones y cargos por

servicios brindados especialmente por entidades financieras o bancarias.

- Gasto por impuestos a las ganancias: El Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (2009) indica que la expresión impuesto a las ganancias comprende completamente los tributos extranjeros y estatales que estén fundados en ganancias fiscales.

Por su parte, la Fundación IFRS (2013) señala que la ganancia fiscal es la cantidad monetaria obtenida del ingreso imponible menos los gastos deducibles fijados por la legislación local. En ese sentido, Mendoza & Ortiz (2016) afirman que todas las empresas deben pagar al Estado un determinado porcentaje sobre las utilidades a título de impuesto sobre la renta. El impuesto se calcula sobre la utilidad antes de impuestos y cuando el negocio haya incurrido en pérdidas, no habrá que pagar el impuesto sobre la renta.

Por otro lado, en el Perú, según Matos (2018) el impuesto a la renta es un tributo de distintas estructuras, no solo para su cancelación sino para determinar su base imponible. Para comprender mejor, existe la tercera categoría (empresarial), donde se encuentra el Nuevo RUS con una cuota simplificada y

dirigido a casos específicos. También se encuentra el régimen nombrado "especial", el cual involucra pagos mensuales, de tipo cancelatorio, del impuesto a la renta. Asimismo, se encuentra el régimen general y el régimen mype tributario, que en el fondo son iguales, puesto que aplican el parámetro regular de la "renta neta" a fin de establecer la base imponible y aplicar las respectivas tasas del impuesto.

### **2.3 Definición de Términos**

#### **Activo**

Es un recurso supervisado y controlado por una empresa como producto de hechos pasados, del cual la empresa confía conseguir beneficios económicos futuros (IASB, 2010).

#### **Beneficio de explotación**

Está conformado por las ventas netas menos el costo de ventas y los gastos de explotación (Hernández B. , 2000).

#### **Bienestar económico**

Es la situación en la cual los ciudadanos o familias no sufren privaciones por cubrir sus necesidades básicas (Miquel, 2015).

#### **Competitividad empresarial**

Es la habilidad de proveer productos y servicios con más eficiencia y eficacia en comparación con sus competidores (Argudo, 2017).

**Confirming**

Es un producto financiero en el cual una empresa cede la administración total de los pagos a sus proveedores a una institución financiera (Roldán, s.f.).

**Cuenta de crédito**

Es una cuenta bancaria donde se dispone de cierta cantidad dineraria, la cual ha sido pactada con la institución financiera, con el fin de utilizar los importes dinerarios para efectuar los pagos de la empresa (Gestión financiera, 2018).

**Depósito**

Es aquella operación donde una institución financiera custodia el dinero perteneciente a un cliente, y a cambio le remunera de acuerdo con la cantidad y plazo acordado (Sevilla, s.f.).

**Descuento bancario**

Es un contrato mediante el cual una institución financiera concede un préstamo, recaudando los intereses previamente contra la entrega de instrumentos de contenido crediticio (Betancourt, s.f.).

**Eficiencia**

Hace referencia al grado en que se cumplen los objetivos de una iniciativa al menor costo posible (Mokate, 1999).

**EBITDA**

Es el resultado antes de amortizaciones, impuestos e intereses (Amat, s.f.).

**Estados pro forma**

Estan conformados por el estado de situación financiera, estado de resultados y el estado de flujos de efectivo pronosticados (Ross, Westerfield, & Jordan, 2010).

**Factoring**

Es un convenio mediante el cual una entidad financiera asume el cargo de crédito y cobro de su cliente, adquiriendo sus instrumentos de contenido crediticio en la oportunidad en que son extendidos, sin poder utilizar un recurso en contra del cliente en caso de ausencia de pago (Betancourt, s.f.).

**Inflación**

Es el aumento masivo de los precios de los servicios y bienes de una economía durante un periodo (Sevilla, s.f.).

**Instrumento financiero**

Es un compromiso que origina un instrumento de patrimonio o un pasivo financiero en una firma y, conjuntamente, un activo financiero en otra firma (Abad, 2008).

**Leasing**

Es un contrato mediante el cual una institución financiera, cumpliendo las disposiciones de su cliente, adquiere a nombre propio ciertos bienes muebles o inmuebles con la finalidad de luego arrendárselos a su cliente (Betancourt, s.f.).

**Obligación financiera**

Es una responsabilidad adquirida por la empresa, en calidad de préstamo, con instituciones financieras (Reviso, s.f.).

**Pasivo**

Es una obligación actual de la empresa, proveniente de hechos ocurridos anteriormente y que, para saldarla en su vencimiento, la empresa espera desapropiarse de recursos que añaden beneficios económicos (IASB, 2010).

**Patrimonio neto**

Es el sobrante entre los derechos y bienes que tiene una empresa y sus obligaciones (García I. , 2009).

**Política empresarial**

Es una declaración de normas internas que una empresa se empeña en cumplir (El Olympo, s.f.).

**Préstamo hipotecario**

Consiste en un préstamo monetario que hace una institución financiera a una persona o empresa, a cambio del pago de unos intereses, en la cual la garantía de restitución es una hipoteca (Monserrat, 2018).

**Préstamo personal**

Es una operación donde una institución financiera presta un importe dinerario a una persona física, y esta deberá devolverlo adicionando intereses (Donoso, s.f.).

**Proyecto de inversión**

Es un plan, donde se destina un importe preciso de capital y diferentes clases de insumos con el fin de producir un servicio o un bien, que sea útil para la sociedad (Baca, 2010).

**Ratio precio-beneficio (PER)**

Es un ratio financiero que confronta el precio de una acción con la ganancia por acción de una compañía (Sevilla, s.f.).

**Renting**

Es un contrato de arrendamiento de un bien mueble, donde el arrendador se compromete a conceder dicho bien, a cambio de que el arrendatario le cancele una cuota habitual (Donoso, s.f.).

**Requerimientos de activos**

Se denomina así a los gastos de capital planificados (Ross, Westerfield, & Jordan, 2010).

**Requerimientos financieros**

Son los arreglos de financiamiento necesarios, lo cual involucra tener una política de dividendos y política de deuda (Ross, Westerfield, & Jordan, 2010).

**Retorno sobre la inversión (ROI):**

Es la relación proveniente de lo invertido en una empresa y la ganancia obtenida derivada de dicha inversión (Nogueira, 2019).

**Servicio de ahorro**

Es un servicio financiero que le permite guardar su dinero en un sitio seguro por periodos cortos o largos, de acuerdo a sus necesidades y gana intereses (Manrique, 2017).

**Toma de decisiones**

Hace referencia a la selección de una opción de entre un grupo de distintas opciones (Fabela, 1995).

**Ventas brutas**

Es el importe total de ingresos de una compañía que proceden de las ventas de un período específico (Servicio de impuestos internos, s.f.).

## Capítulo III

### Marco Metodológico

#### 3.1 Tipo y Diseño de la Investigación

Esta investigación es de tipo básico, porque la información requerida fue recolectada a través de la aplicación de instrumentos, esta a su vez, está dirigida a la generación de nuevas teorías en base al estudio de la educación financiera y la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna (Hernández R. , 2010).

El nivel que se presenta en esta investigación, es explicativo, ya que, se propone la evaluación de la influencia de la educación financiera en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna.

El diseño de la investigación es de corte no experimental, ya que, no se manipularon las variables, es decir que, las variables no fueron modificadas de forma deliberada e intencional con el propósito de obtener variabilidad sobre las condiciones del contexto (Hernández R. , 2010).

Asimismo, presenta un diseño de corte transversal dado que se desarrolló en un único momento en el tiempo.

Dado que se planteó la existencia de una relación de causa-efecto entre las variables, en la que la educación financiera, en calidad de variable

independiente, genera efectos sobre la variable dependiente siendo esta la rentabilidad sobre las ventas, por lo cual la investigación presenta un diseño explicativo.

### **3.2 Población y Muestra**

La población de estudio estuvo compuesta por un total de 54 comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018. Además, el número de comerciantes es de acuerdo al Padrón de socios que figura en el anexo 3 del presente trabajo.

Dado que la población en mención no posee un gran tamaño, se tomó la decisión de no separar una muestra, sino que se realizó un censo y, en consecuencia, se recolectó los datos necesarios de la población total.

### 3.3 Operacionalización de Variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de la variable independiente*

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERATIVA	DIMENSIÓN	INDICADOR
Variable independiente: Educación financiera	Es un proceso de aprendizaje por parte de los ciudadanos sobre temas financieros, con la finalidad de, tomar decisiones convenientes a su situación económica.	Planificación financiera	Situación financiera
			Metas financieras
			Preparación de presupuesto
			Monitoreo de gastos e ingresos
			Evaluación de la aplicación del presupuesto
		Ahorro	Conservación de una parte del ingreso
			Búsqueda de maneras de disminuir gastos
		Endeudamiento responsable	Costos de financiamiento
			Riesgos financieros
		Inversión	Métodos estáticos
Métodos dinámicos			

**Tabla 2***Operacionalización de la variable dependiente*

<b>VARIABLE</b>	<b>DEFINICIÓN OPERATIVA</b>	<b>DIMENSIÓN</b>	<b>INDICADOR</b>
Variable dependiente: Rentabilidad sobre las ventas	Es un indicador, el cual, tiene la finalidad de medir la habilidad de la compañía para obtener ganancias.	Margen de ganancias brutas	Ganancia bruta
			Ventas netas
		Margen de ganancia neta	Ganancia neta después de impuestos
			Ventas netas

### 3.4 Técnicas e Instrumentos para Recolección de Datos

La técnica que se empleó fue la encuesta.

El instrumento aplicado fue el cuestionario, en cuyo contenido se establecieron los ítems para medir la educación financiera y la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna. Además, la validez del instrumento se realizó mediante el juicio de expertos y para determinar la confiabilidad se utilizó el coeficiente del Alfa de Cronbach.

### **3.5 Procesamiento y Análisis de Datos**

El procesamiento de los datos recolectados se realizó haciendo uso del programa estadístico IBM SPSS XXIV y la aplicación de Microsoft office: EXCEL 2016. Con el uso del programa IBM SPSS XXIV se calculó la prueba de regresión lineal estadística para el contraste de las hipótesis, y así determinar la relación entre las variables de estudio y la influencia de la variable independiente sobre la dependiente, calculando para ello el valor de significancia que explica la existencia de la relación entre las variables y el coeficiente R cuadrado que explique la variabilidad de la rentabilidad sobre las ventas debido a la educación financiera.

Asimismo, ambos programas fueron de utilidad para elaborar las tablas y figuras correspondientes a los resultados de los instrumentos aplicados, por medio de presentación de tablas de frecuencias.

Por último, las tablas y figuras elaboradas se pasaron a la aplicación Microsoft Word 2016 para su presentación final.

## **Capítulo IV**

### **Resultados y Discusión**

#### **4.1 Análisis de Resultados**

El análisis de resultados presenta los hallazgos de la aplicación de los cuestionarios dirigidos a los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi de Tacna, los cuales están ordenados de acuerdo a la operacionalización formulada para el desarrollo de la tesis.

En tal sentido, en la primera parte se presentan los resultados de la medición de la Educación Financiera de forma general y luego, de acuerdo a sus cuatro dimensiones, y los cuales a su vez están divididos según indicadores e ítems.

Asimismo, se presentan los resultados de la rentabilidad sobre las ventas de manera general y después según sus dimensiones, indicadores e ítems; punto al que le sigue, la comprobación de las hipótesis.

##### **4.1.1 Educación Financiera**

**4.1.1.1 Análisis General.** La variable educación financiera, fue evaluada a partir de cuatro dimensiones: Planificación financiera, ahorro, endeudamiento responsable, e inversión.

Los resultados muestran que, de acuerdo a los comerciantes evaluados, estos, conforme a sus principales frecuencias, mayormente en niveles regulares, poseen un nivel moderado de

educación financiera que les permite lograr una gestión relativamente adecuada de sus finanzas, en términos de que los comerciantes tienen conocimientos básicos para poder planificar sus ingresos de forma que les permita afrontar sus responsabilidades empresariales, ahorrar, asumir deudas y realizar inversiones.

Tal hallazgo se justifica en el 46,30 % de calificaciones en grado regular, seguido por el 40,74 % de valoraciones en bajo grado.

Respecto a las dimensiones evaluadas, la dimensión Planificación financiera, fue calificada mayormente en nivel regular con un 50 %.

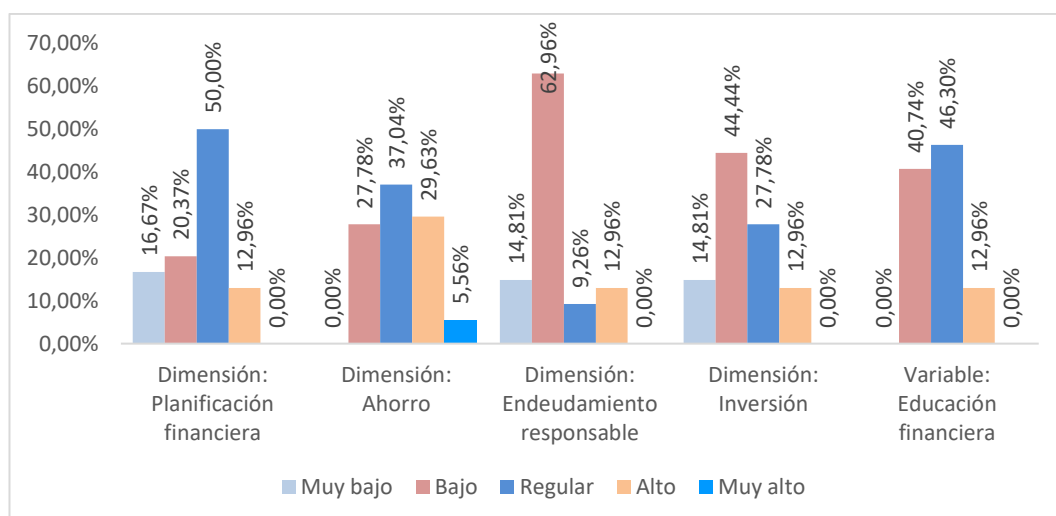
Por otro lado, la dimensión Ahorro, fue valorada principalmente en regular grado de acuerdo al 37,04 % de calificaciones.

Así también, la dimensión Endeudamiento responsable, fue calificada con un 62,96 % de calificaciones en bajo grado. En tanto, la dimensión Inversión, obtuvo calificaciones mayormente en bajo grado, con un 44,44 % de valoraciones. Estos resultados se pueden apreciar en la siguiente tabla y figura que representan lo expuesto:

**Tabla 3***Análisis general de la variable Educación Financiera*

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Dimensión: Planificación financiera	16,67 %	20,37 %	50,00 %	12,96 %	0,00 %
Dimensión: Ahorro	0,00 %	27,78 %	37,04 %	29,63 %	5,56 %
Dimensión: Endeudamiento responsable	14,81 %	62,96 %	9,26 %	12,96 %	0,00 %
Dimensión: Inversión	14,81 %	44,44 %	27,78 %	12,96 %	0,00 %
Variable: Educación financiera	0,00 %	40,74 %	46,30 %	12,96 %	0,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 8***Análisis general de la variable Educación Financiera*

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

#### **4.1.1.2 Análisis por dimensiones e Indicadores.**

**4.1.1.2.1 Dimensión: Planificación financiera.** La dimensión *Planificación financiera*, fue evaluada de acuerdo a cinco indicadores: Situación financiera, metas financieras, preparación de presupuesto, monitoreo de gastos e ingresos y evaluación de la aplicación del presupuesto.

Los resultados muestran mayormente frecuencias en regular grado, lo que se debe al 50 % de calificaciones, seguido por otro 20,37 % en bajo grado.

Estos resultados permiten explicar que, según los comerciantes, estos, en bajo grado, con el 51,85 %, consideran que no suelen distinguir claramente los conceptos de activo, pasivo y patrimonio, como tampoco tienen claro si la medición de la liquidez sirve para pagar deudas a corto plazo.

Por otro lado, también se tiene que, con el 57,41 % de calificaciones en bajo grado, los comerciantes indicaron que tienen muy poco conocimiento de lo que implica una meta financiera.

Asimismo, no saben exactamente qué condiciones hay que tener en cuenta para plantear metas financieras en su empresa.

En tanto, también se registró que, según los comerciantes, con un 42,59 % en alto grado, mayormente consideraron que, si

están suficientemente informados sobre lo que es un presupuesto de ingresos y gasto, así como también de las ventajas de elaborarlo correctamente.

Además, se tiene que los comerciantes, con un 37,04 % en bajo grado, sostienen que saben de forma general que son los ingresos y gastos, de igual modo, tienen pocas nociones sobre lo que es el monitoreo de gastos e ingresos durante la ejecución del presupuesto.

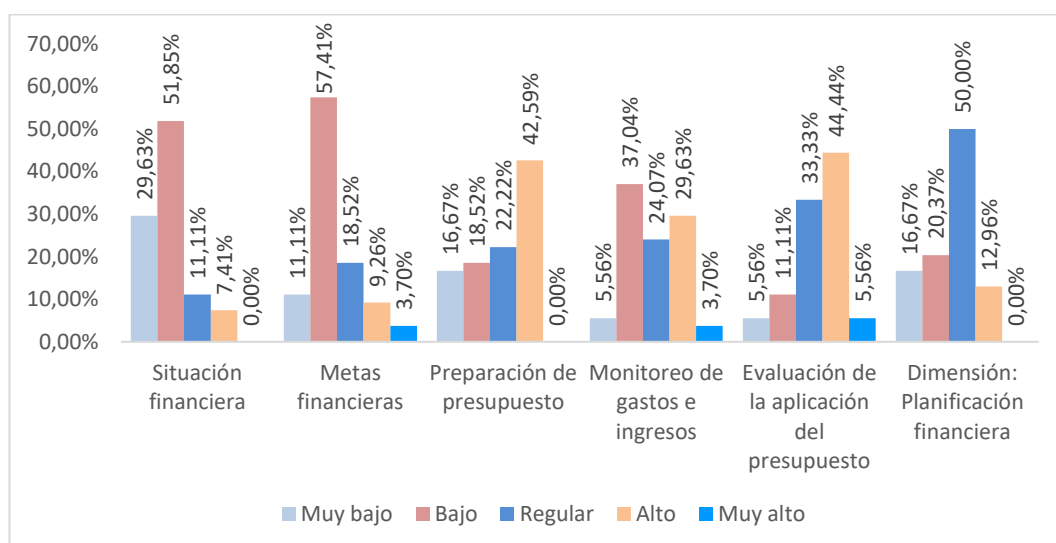
Por último, se registró que, según los comerciantes, estos consideraron que, en alto grado, según el 44,44 %, suelen realizar frecuentemente una comparación de los ingresos reales y los ingresos planificados, e igualmente tienden a realizar una comparación de los gastos reales y los gastos planificados.

A continuación, se presenta la tabla y figura de información de los resultados citados:

**Tabla 4***Resultados de la dimensión Planificación financiera*

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Situación financiera	29,63 %	51,85 %	11,11 %	7,41 %	0,00 %
Metas financieras	11,11 %	57,41 %	18,52 %	9,26 %	3,70 %
Preparación de presupuesto	16,67 %	18,52 %	22,22 %	42,59 %	0,00 %
Monitoreo de gastos e ingresos	5,56 %	37,04 %	24,07 %	29,63 %	3,70 %
Evaluación de la aplicación del presupuesto	5,56 %	11,11 %	33,33 %	44,44 %	5,56 %
Dimensión: Planificación financiera	16,67 %	20,37 %	50,00 %	12,96 %	0,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 9***Resultados de la dimensión Planificación financiera*

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Indicador 1: Situación financiera**

**Ítem 1:** ¿Distingue claramente los conceptos de activo, pasivo y patrimonio?

El ítem 1 de la medición del indicador *Situación financiera*, permite medir si los comerciantes evaluados distinguen los conceptos de activo, pasivo y patrimonio.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 48,10 %, indican que los encuestados distinguen con poca claridad los términos de activo, pasivo y patrimonio, seguido por el 40,70 % que indicaron como respuesta distinguir algo de estos conceptos.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes no tienden a tener los suficientes conocimientos sobre los conceptos referentes al activo, pasivo y patrimonio de la empresa que gestionan.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 5**

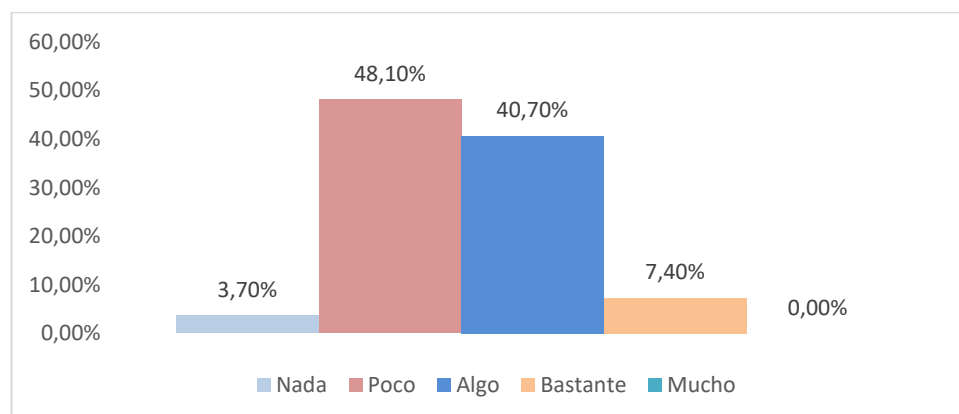
*Evaluación del ítem: ¿Distingue claramente los conceptos de activo, pasivo y patrimonio?*

Tipo de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nada	2	3,70 %
Poco	26	48,10 %
Algo	22	40,70 %
Bastante	4	7,40 %
Mucho	0	0,00 %
Total	54	100,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado

**Figura 10**

*Evaluación del ítem: ¿Distingue claramente los conceptos de activo, pasivo y patrimonio?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Ítem 2:** ¿Sabe usted que la medición de la liquidez sirve para pagar deudas a corto plazo?

El ítem 2 de la medición del indicador *Situación financiera*, permite medir si los comerciantes evaluados saben si la liquidez sirve para pagar deudas a corto plazo.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 44,40 %, indican que los encuestados no saben que la medición de la liquidez sirve para pagar deudas a corto plazo, seguido por el 25,90 % que indicaron como respuesta saber poco respecto a la finalidad de la medición de la liquidez.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes no tienden a saber que la medición de la liquidez sirve como un indicador para pagar las deudas u obligaciones a corto plazo de sus respectivos negocios.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 6**

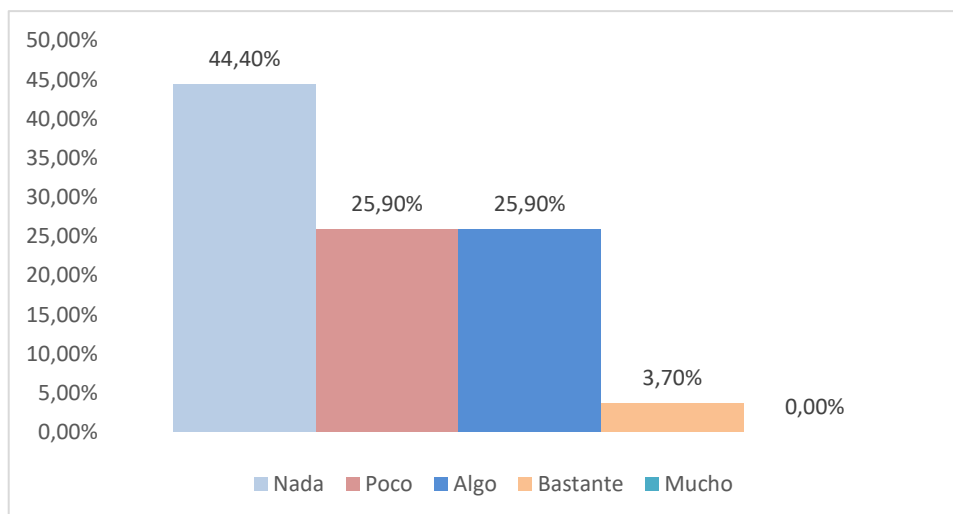
*Evaluación del ítem: ¿Sabe usted que la medición de la liquidez sirve para pagar deudas a corto plazo?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	24	44,40 %
Poco	14	25,90 %
Algo	14	25,90 %
Bastante	2	3,70 %
Mucho	0	0,00 %
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100,00 %</b>

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 11**

*Evaluación del ítem: ¿Sabe usted que la medición de la liquidez sirve para pagar deudas a corto plazo?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

## Indicador 2: Metas financieras

### Ítem 1: ¿Tiene conocimiento de que es una meta financiera?

El ítem 1, permite medir si los comerciantes evaluados conocen que es una meta financiera. Los resultados, dado el 40,70 %, indican que los encuestados saben algo sobre lo que es una meta financiera, seguido por el 40,70 % que indicaron saber poco respecto a la definición de meta financiera. De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a tener insuficientes conocimientos de lo que significa una meta financiera.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 7**

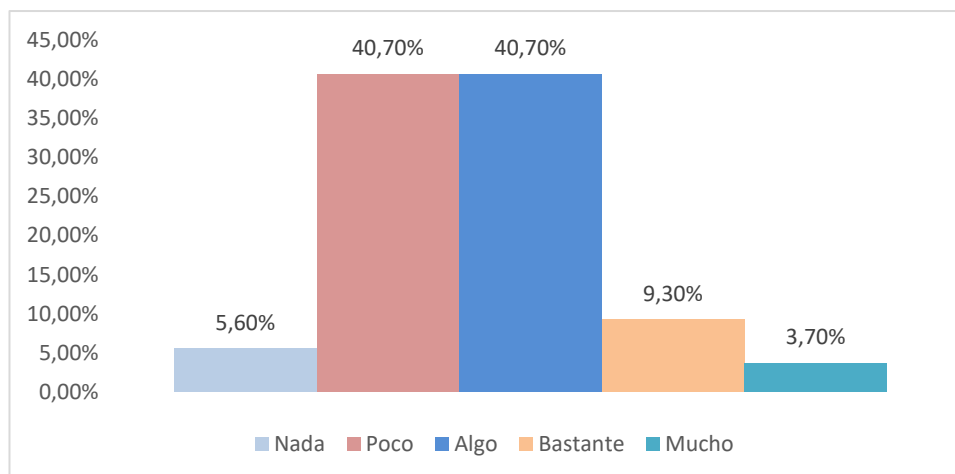
*Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que es una meta financiera?*

Tipo de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nada	3	5,60 %
Poco	22	40,70 %
Algo	22	40,70 %
Bastante	5	9,30 %
Mucho	2	3,70 %
Total	54	100,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 12**

*Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que es una meta financiera?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Ítem 2:** ¿Sabe qué condiciones hay que tener en cuenta para plantear metas financieras en la empresa?

El ítem 2 de la medición del indicador *Metas financieras*, permite medir si los comerciantes evaluados tienen conocimiento de qué condiciones se debe considerar para establecer metas financieras.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 46,30 %, indican que los encuestados saben poco sobre qué condiciones hay que tomar en cuenta para plantear metas financieras, seguido por el 29,60 % que indicaron como respuesta saber algo sobre las condiciones para fijar metas financieras.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a no saber completamente qué condiciones se tienen que tomar en consideración para plantear metas financieras en los negocios que gestionan.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 8**

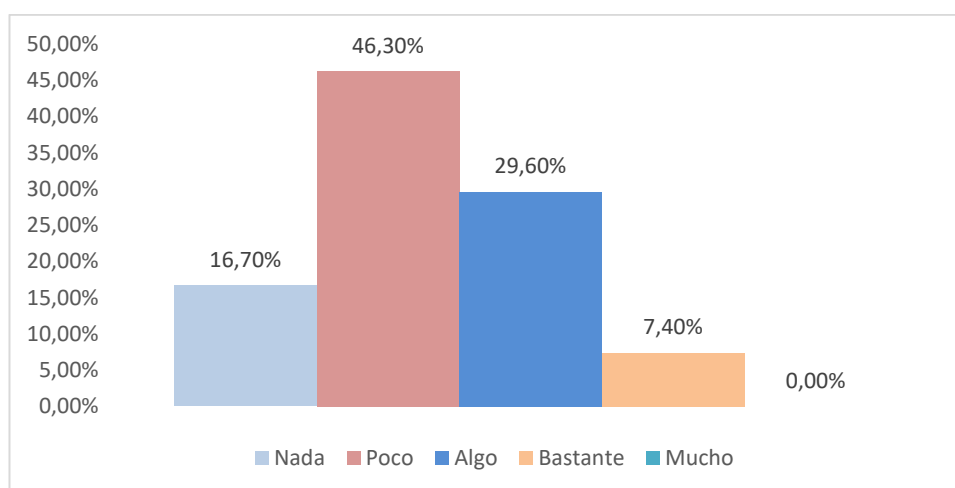
*Evaluación del ítem: ¿Sabe qué condiciones hay que tener en cuenta para plantear metas financieras en la empresa?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	9	16,70 %
Poco	25	46,30 %
Algo	16	29,60 %
Bastante	4	7,40 %
Mucho	0	0,00 %
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100,00 %</b>

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 13**

*Evaluación del ítem: ¿Sabe qué condiciones hay que tener en cuenta para plantear metas financieras en la empresa?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

### **Indicador 3: Preparación de presupuesto**

**Ítem 1:** ¿Está informado sobre lo que es un presupuesto?

El ítem 1 de la medición del indicador *Preparación de presupuesto*, permite medir si los comerciantes evaluados conocen que es un presupuesto. Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 44,40 %, indican que los encuestados están algo informados sobre lo que es un presupuesto, seguido por el 22,20 % que indicaron como respuesta estar bastante informados sobre lo que significa un presupuesto. De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a tener, en su mayoría, los suficientes conocimientos respecto a lo que es un presupuesto.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 9**

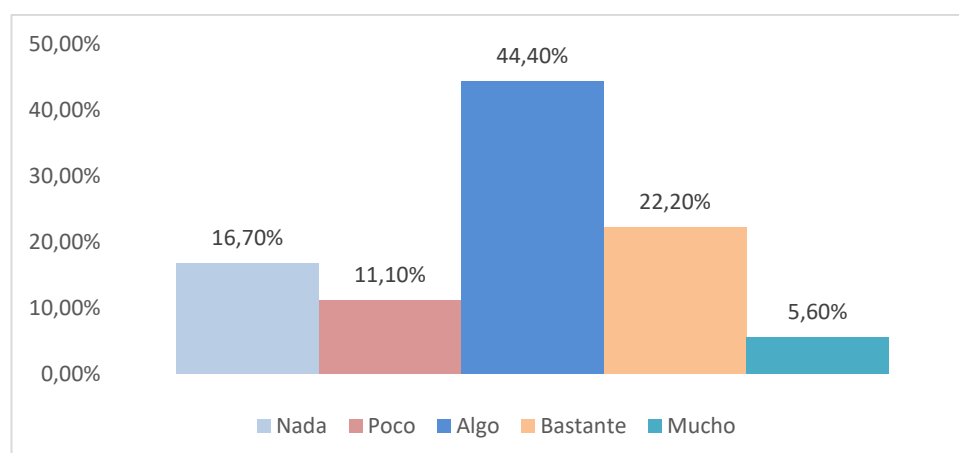
*Evaluación del ítem: ¿Está informado sobre lo que es un presupuesto?*

Tipo de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nada	9	16,70 %
Poco	6	11,10 %
Algo	24	44,40 %
Bastante	12	22,20 %
Mucho	3	5,60 %
Total	54	100,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 14**

*Evaluación del ítem: ¿Está informado sobre lo que es un presupuesto?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Ítem 2:** ¿Conoce las ventajas de elaborar correctamente un presupuesto de ingresos y gastos?

El ítem 2 de la medición del indicador *Preparación de presupuesto*, permite medir si los comerciantes evaluados conocen las ventajas de elaborar correctamente un presupuesto de ingresos y gastos.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 50 %, indican que los encuestados conocen algunas ventajas de elaborar correctamente un presupuesto de ingresos y gastos, seguido por el 25,90 % que indicaron como respuesta conocer bastantes ventajas de la correcta elaboración de un presupuesto de ingresos y gastos.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes, en su mayoría, tienden a conocer casi todas las ventajas de preparar correctamente un presupuesto de ingresos y gastos.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 10**

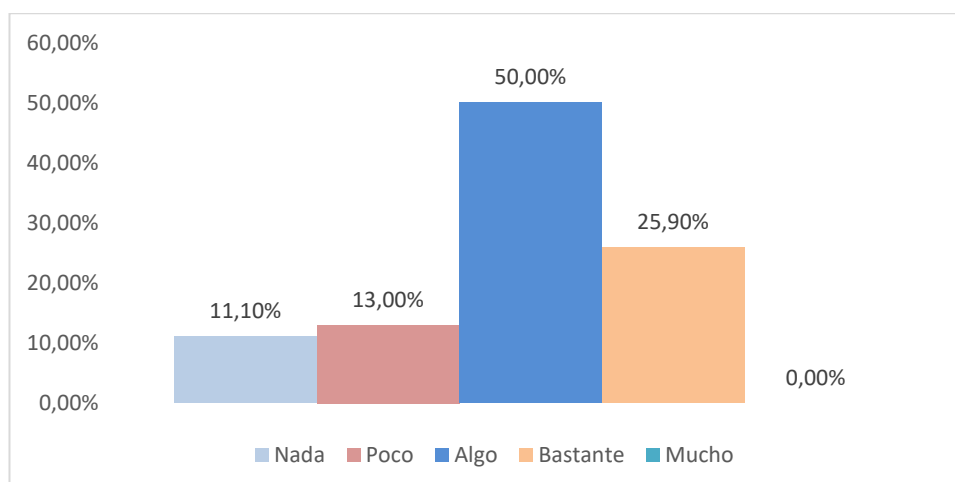
*Evaluación del ítem: ¿Conoce las ventajas de elaborar correctamente un presupuesto de ingresos y gastos?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	6	11,10 %
Poco	7	13,00 %
Algo	27	50,00 %
Bastante	14	25,90 %
Mucho	0	0,00 %
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100,00 %</b>

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 15**

*Evaluación del ítem: ¿Conoce las ventajas de elaborar correctamente un presupuesto de ingresos y gastos?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

#### **Indicador 4: Monitoreo de gastos e ingresos**

**Ítem 1:** ¿Tiene conocimiento de que son los ingresos y gastos?

El ítem 1 de la medición del indicador *Monitoreo de gastos e ingresos*, permite medir si los comerciantes evaluados conocen que son los ingresos y gastos. Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 40,70 %, indican que los encuestados tienen bastante conocimiento de que son los ingresos y gastos, seguido por el 38,90 % que indicaron como respuesta conocer algo acerca de los ingresos y gastos.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a tener conocimientos generales sobre los conceptos referentes a los ingresos y gastos de la empresa que gestionan.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 11**

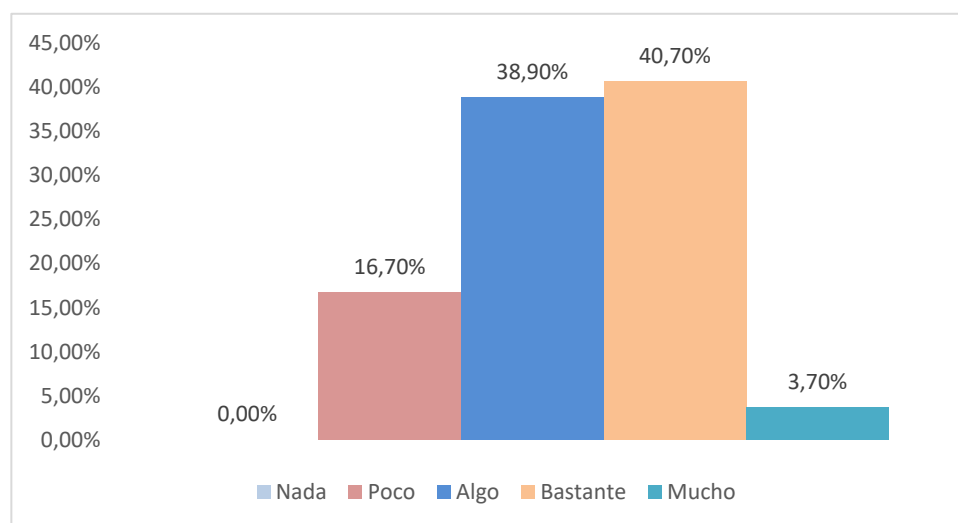
*Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que son los ingresos y gastos?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	0	0,00 %
Poco	9	16,70 %
Algo	21	38,90 %
Bastante	22	40,70 %
Mucho	2	3,70 %
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100,00 %</b>

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 16**

*Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que son los ingresos y gastos?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Ítem 2:** ¿Sabe en qué consiste el monitoreo de gastos e ingresos durante la ejecución del presupuesto?

El ítem 2 de la medición del indicador *Monitoreo de gastos e ingresos*, permite medir si los comerciantes evaluados tienen conocimiento acerca de que es el monitoreo de gastos e ingresos durante la ejecución del presupuesto.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 35,20 %, indican que los encuestados tienen algo de conocimiento respecto al monitoreo de gastos e ingresos, seguido por el 25,90 % que indicaron como respuesta saber poco sobre en qué consiste el monitoreo de gastos e ingresos durante la ejecución del presupuesto.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes, en su mayoría, tienden a tener escasas nociones respecto a lo que es el monitoreo de gastos e ingresos durante la ejecución del presupuesto.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 12**

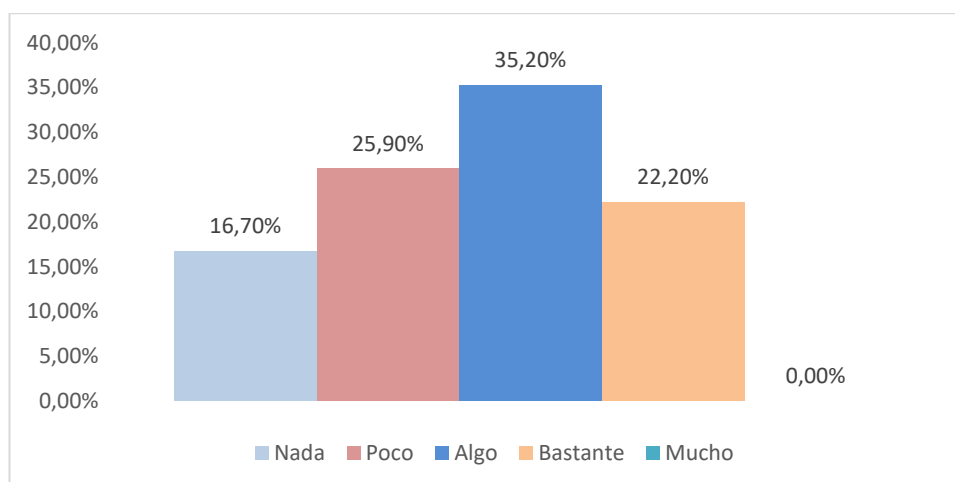
*Evaluación del ítem: ¿Sabe en qué consiste el monitoreo de gastos e ingresos durante la ejecución del presupuesto?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	9	16,70 %
Poco	14	25,90 %
Algo	19	35,20 %
Bastante	12	22,20 %
Mucho	0	0,00 %
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100,00 %</b>

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 17**

*Evaluación del ítem: ¿Sabe en qué consiste el monitoreo de gastos e ingresos durante la ejecución del presupuesto?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Indicador 5: Evaluación de la aplicación del presupuesto**

**Ítem 1:** ¿Realiza usted una comparación de los ingresos reales y los ingresos planificados?

El ítem 1 de la medición del indicador *Evaluación de la aplicación del presupuesto*, permite medir si los comerciantes evaluados realizan la comparación de sus ingresos reales con los ingresos planificados.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 35,20 %, indican que los encuestados realizan casi siempre la comparación de sus ingresos reales con los ingresos planificados, seguido por el 33,30 % que indicaron como respuesta realizar algunas veces la comparación de sus ingresos reales e ingresos planificados.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes, en su mayoría, tienden a efectuar frecuentemente la comparación de los ingresos reales y los ingresos planificados.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 13**

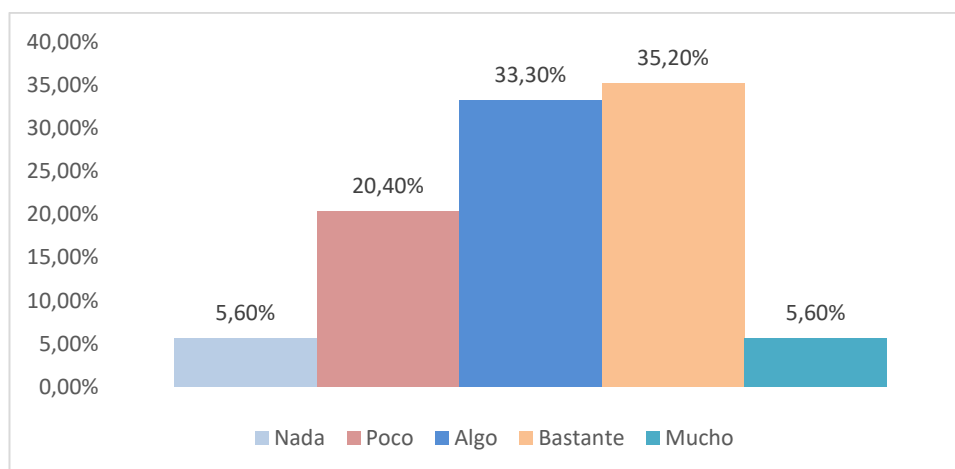
*Evaluación del ítem: ¿Realiza usted una comparación de los ingresos reales y los ingresos planificados?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	3	5,60 %
Poco	11	20,40 %
Algo	18	33,30 %
Bastante	19	35,20 %
Mucho	3	5,60 %
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100,00 %</b>

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 18**

*Evaluación del ítem: ¿Realiza usted una comparación de los ingresos reales y los ingresos planificados?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Ítem 2:** ¿Realiza usted una comparación de los gastos reales y los gastos planificados?

El ítem 2 de la medición del indicador *Evaluación de la aplicación del presupuesto*, permite medir si los comerciantes evaluados realizan la comparación de sus gastos reales con los gastos planificados.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 50 %, indican que los encuestados realizan casi siempre la comparación de sus gastos reales con los gastos planificados, seguido por el 25,90 % que indicaron como respuesta realizar pocas veces la comparación de sus gastos reales y gastos planificados.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes, en su mayoría, tienden a efectuar en algunas ocasiones la comparación de los gastos reales y los gastos planificados.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 14**

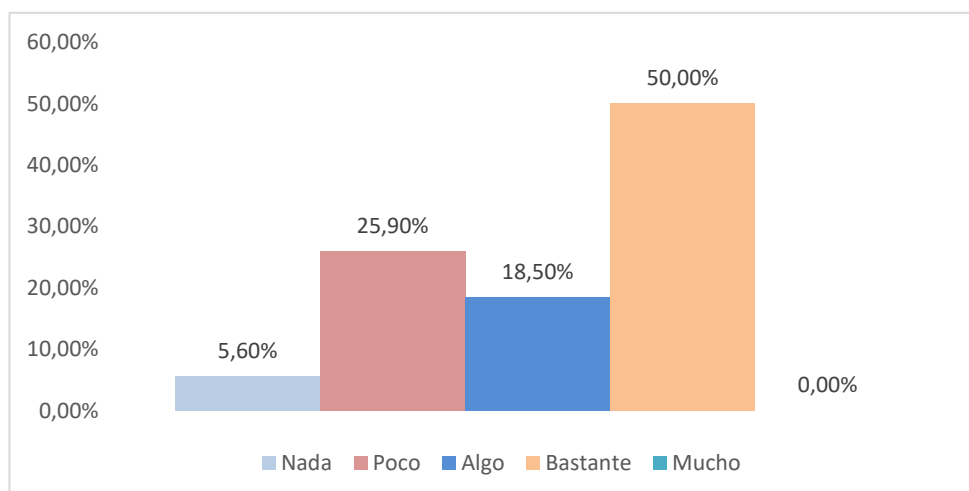
*Evaluación del ítem: ¿Realiza usted una comparación de los gastos reales y los gastos planificados?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	3	5,60 %
Poco	14	25,90 %
Algo	10	18,50 %
Bastante	27	50,00 %
Mucho	0	0,00 %
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100,00 %</b>

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 19**

*Evaluación del ítem: ¿Realiza usted una comparación de los gastos reales y los gastos planificados?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**4.1.1.2.2 Dimensión: Ahorro.** La dimensión *Ahorro*, fue evaluada de acuerdo a dos indicadores: Conservación de una parte del ingreso y búsqueda de maneras de disminuir gastos.

Los resultados muestran mayormente frecuencias en regular grado, lo que se debe al 37,04 % de calificaciones, seguido por otro 29,63 % en alto grado. Estos resultados permiten explicar que, según los comerciantes, estos, en bajo grado, con el 42,59 %, consideran que algunas veces descuentan de los ingresos obtenidos un monto para el ahorro, en esa misma línea, tienen escasos conocimientos de cómo elaborar planes de ahorro.

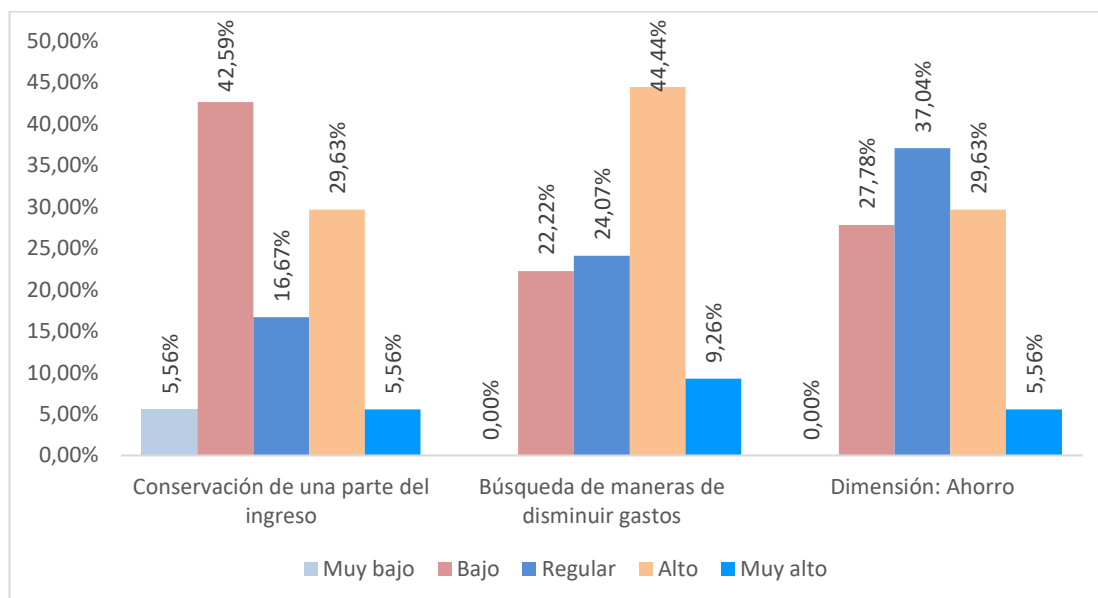
Por último, también se tiene que, con el 44,44 % de calificaciones en alto grado, los comerciantes indicaron que en sus negocios existe una regular cultura enfocada en tratar de disminuir gastos que resulten innecesarios, incluso, realizan generalmente la compra de mercaderías al por mayor con el objetivo de ahorrar.

A continuación, se presenta la tabla y figura de información de los resultados citados:

**Tabla 15***Resultados de la dimensión Ahorro*

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Conservación de una parte del ingreso	5,56 %	42,59 %	16,67 %	29,63 %	5,56 %
Búsqueda de maneras de disminuir gastos	0,00 %	22,22 %	24,07 %	44,44 %	9,26 %
Dimensión: Ahorro	0,00 %	27,78 %	37,04 %	29,63 %	5,56 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 20***Resultados de la dimensión Ahorro*

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Indicador: Conservación de una parte del ingreso**

**Ítem 1:** ¿De los ingresos obtenidos en la empresa destina un porcentaje para el ahorro?

El ítem 1 de la medición del indicador *Conservación de una parte del ingreso*, permite medir si los comerciantes evaluados destinan un porcentaje de los ingresos obtenidos para el ahorro.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 25,90 %, indican que los encuestados destinan generalmente un porcentaje de los ingresos obtenidos para el ahorro, seguido por el 25,90 % que indicaron como respuesta destinar pocas veces un porcentaje de los ingresos obtenidos para el ahorro.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a destinar algunas veces un porcentaje de los ingresos obtenidos para el ahorro en sus respectivos negocios.

A continuación, se presenta la tabla de resultados y figura de resultados:

**Tabla 16**

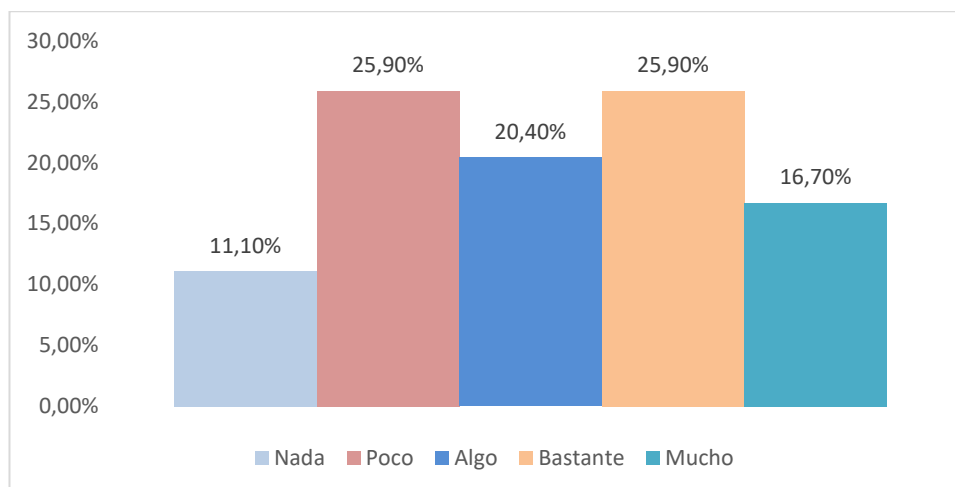
*Evaluación del ítem: ¿De los ingresos obtenidos en la empresa destina un porcentaje para el ahorro?*

Tipo de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nada	6	11,10 %
Poco	14	25,90 %
Algo	11	20,40 %
Bastante	14	25,90 %
Mucho	9	16,70 %
Total	54	100,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 21**

*Evaluación del ítem: ¿De los ingresos obtenidos en la empresa destina un porcentaje para el ahorro?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Ítem 2:** ¿Conoce cuál es el procedimiento para elaborar planes de ahorro?

El ítem 2 de la medición del indicador *Conservación de una parte del ingreso*, permite medir si los comerciantes evaluados conocen el procedimiento para elaborar planes de ahorro.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 46,30 %, indican que los encuestados tienen algo de conocimiento sobre el procedimiento para elaborar planes de ahorro, seguido por el 44,40 % que indicaron como respuesta tener poco conocimiento sobre el procedimiento para elaborar planes de ahorro.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a tener limitados conocimientos sobre el procedimiento para elaborar planes de ahorro en las empresas que administran.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 17**

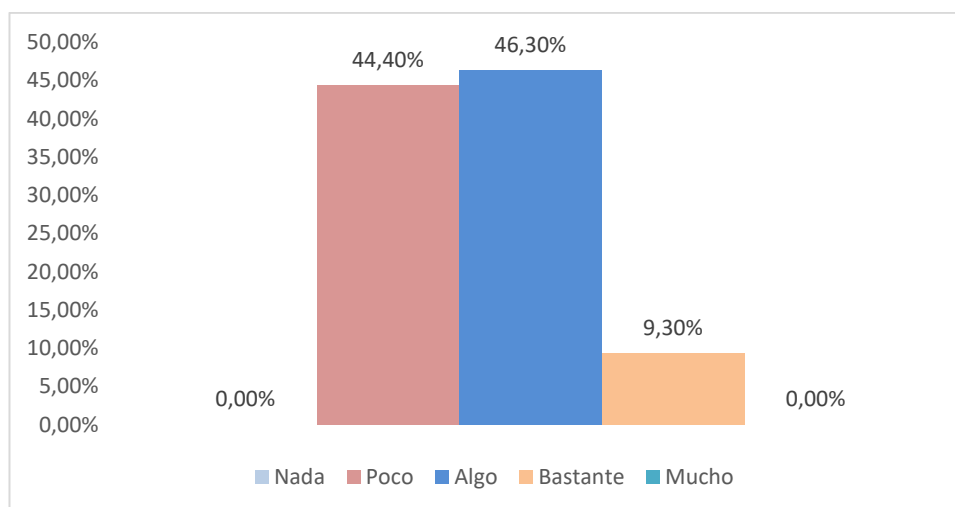
*Evaluación del ítem: ¿Conoce cuál es el procedimiento para elaborar planes de ahorro?*

Tipo de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nada	0	0,00 %
Poco	24	44,40 %
Algo	25	46,30 %
Bastante	5	9,30 %
Mucho	0	0,00 %
Total	54	100,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 22**

*Evaluación del ítem: ¿Conoce cuál es el procedimiento para elaborar planes de ahorro?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Indicador: Búsqueda de maneras de disminuir gastos.**

**Ítem 1:** ¿En la empresa existe una cultura enfocada en tratar de disminuir gastos que resulten innecesarios?

El ítem 1 de la medición del indicador *Búsqueda de maneras de disminuir gastos*, permite medir si los comerciantes cuentan con una cultura enfocada en tratar de disminuir gastos que resulten innecesarios. Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 48,10 %, indican que los encuestados tienen en cierta medida una cultura enfocada en tratar de disminuir gastos innecesarios, seguido por el 27,80 % que indicaron como respuesta tener poca cultura enfocada en tratar de reducir gastos innecesarios. De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a tener una moderada cultura enfocada en tratar de reducir gastos que resulten innecesarios en sus correspondientes negocios.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 18**

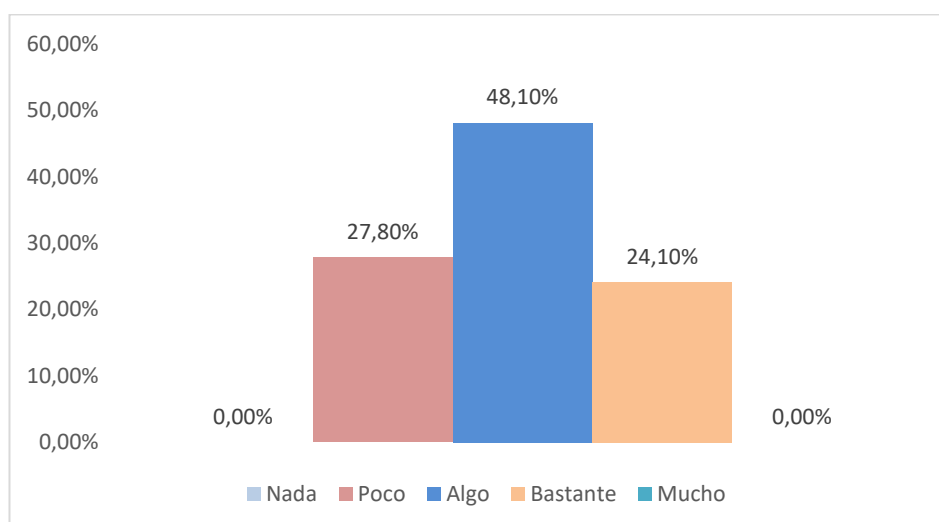
*Evaluación del ítem: ¿En la empresa existe una cultura enfocada en tratar de disminuir gastos que resulten innecesarios?*

Tipo de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nada	0	0,00 %
Poco	15	27,80 %
Algo	26	48,10 %
Bastante	13	24,10 %
Mucho	0	0,00 %
Total	54	100,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 23**

*Evaluación del ítem: ¿En la empresa existe una cultura enfocada en tratar de disminuir gastos que resulten innecesarios?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Ítem 2:** ¿Efectúa la compra de mercaderías al por mayor con el fin de ahorrar?

El ítem 2 de la medición del indicador *Búsqueda de maneras de disminuir gastos*, permite medir si los comerciantes realizan la compra de mercaderías al por mayor con el propósito de ahorrar.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 50 %, indican que los encuestados efectúan casi siempre la compra de mercaderías al por mayor con el objetivo de ahorrar, seguido por el 29,60 % que indicaron como respuesta comprar a veces las mercaderías al por mayor.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a efectuar comúnmente la compra de mercaderías al por mayor con el fin de ahorrar.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 19**

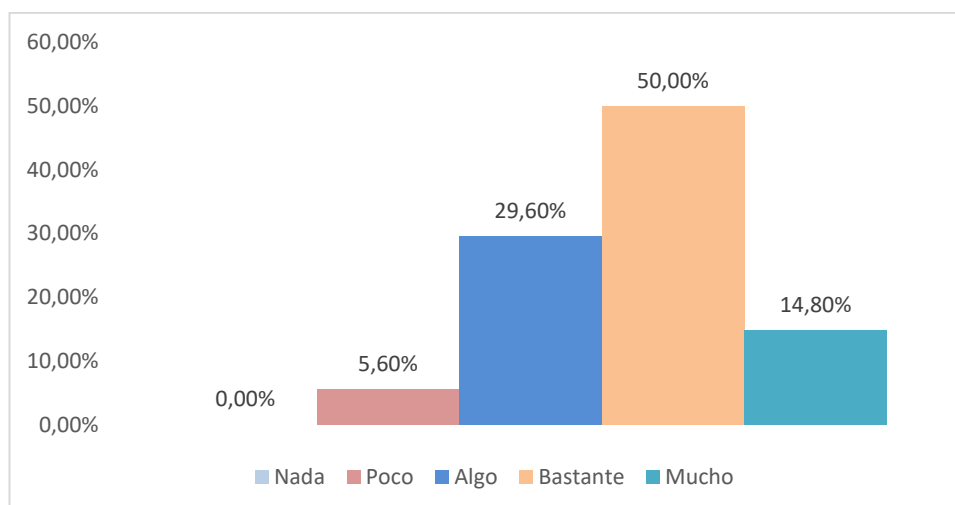
*Evaluación del ítem: ¿Efectúa la compra de mercaderías al por mayor con el fin de ahorrar?*

Tipo de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nada	0	0,00 %
Poco	3	5,60 %
Algo	16	29,60 %
Bastante	27	50,00 %
Mucho	8	14,80 %
Total	54	100,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 24**

*Evaluación del ítem: ¿Efectúa la compra de mercaderías al por mayor con el fin de ahorrar?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**4.1.1.2.3 Dimensión: Endeudamiento responsable.** Fue evaluada de acuerdo a dos indicadores: Costos de financiamiento y riesgos financieros.

Los resultados muestran mayormente frecuencias en bajo grado, lo que se debe al 62,96 % de calificaciones, seguido por otro 14,81 % en muy bajo grado.

Estos resultados permiten explicar que, según los comerciantes, estos, en bajo grado, con el 46,30 %, consideran que tienen muy poco entendimiento sobre los aspectos que conforman los costos de financiamiento, de igual forma no tienen claro que es la tasa efectiva anual de un crédito comercial.

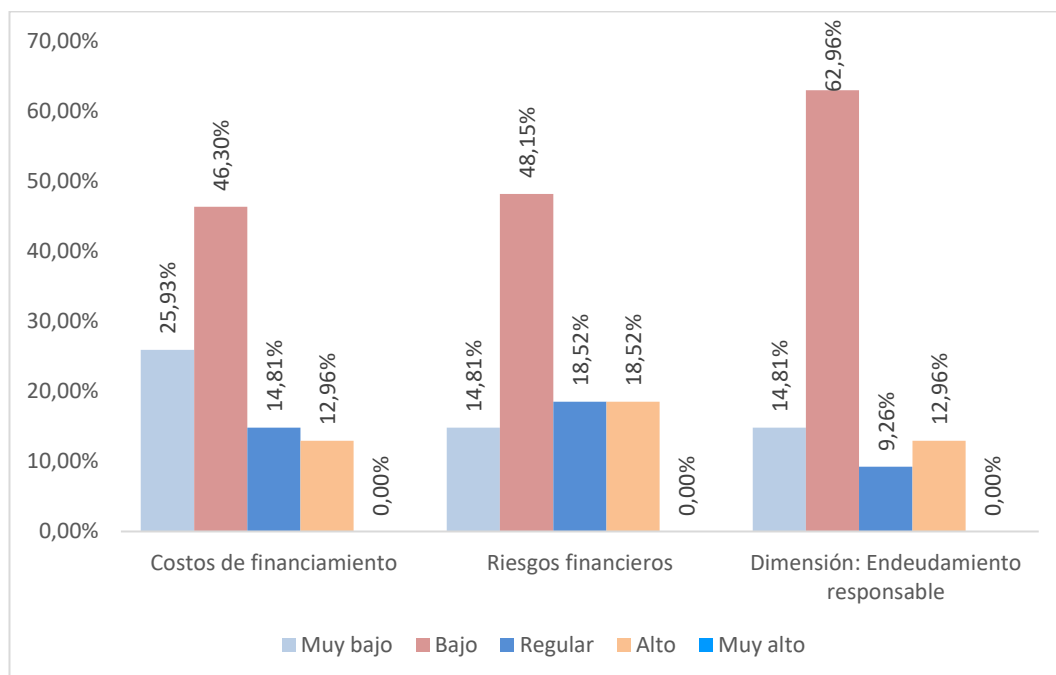
Por último, también se tiene que, con el 48,15 % de calificaciones en bajo grado, los comerciantes indicaron que tienen limitados conocimientos respecto a los riesgos financieros y de cómo manejar estos riesgos.

A continuación, se presenta la tabla y figura de información de los resultados citados:

**Tabla 20***Resultados de la dimensión Endeudamiento responsable*

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Costos de financiamiento	25,93 %	46,30 %	14,81 %	12,96 %	0,00 %
Riesgos financieros	14,81 %	48,15 %	18,52 %	18,52 %	0,00 %
Dimensión: Endeudamiento responsable	14,81 %	62,96 %	9,26 %	12,96 %	0,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 25***Resultados de la dimensión Endeudamiento responsable*

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Indicador: Costos de financiamiento**

**Ítem 1:** ¿Sabe cuáles son los aspectos que conforman los costos de financiamiento?

El ítem 1 de la medición del indicador *Costos de financiamiento*, permite medir si los comerciantes evaluados saben cuáles son los aspectos que conforman los costos de financiamiento.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 57,40 %, indican que los encuestados saben poco sobre cuáles son los aspectos que conforman los costos de financiamiento, seguido por el 25,90 % que indicaron como respuesta saber algo de estos aspectos.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes no tienden a tener los suficientes conocimientos sobre los aspectos que conforman los costos de financiamiento.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 21**

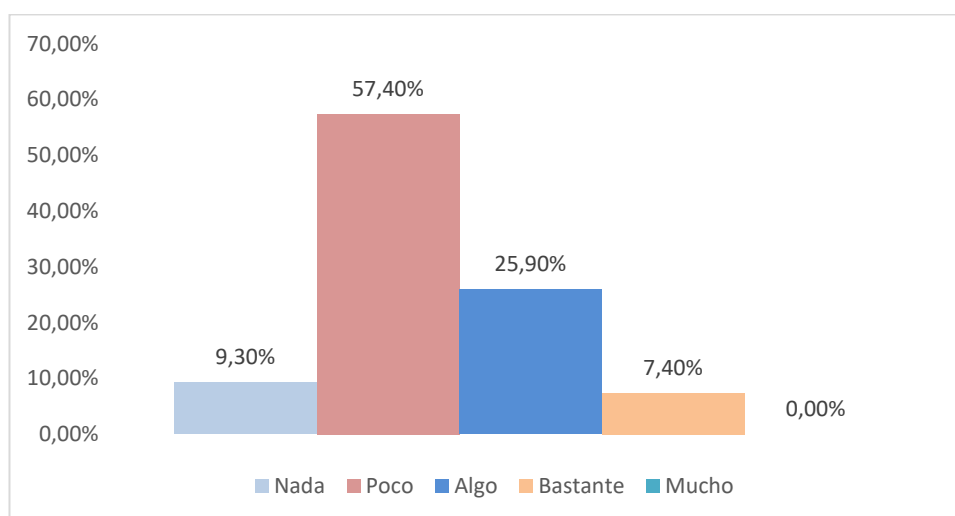
*Evaluación del ítem: ¿Sabe cuáles son los aspectos que conforman los costos de financiamiento?*

Tipo de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nada	5	9,30 %
Poco	31	57,40 %
Algo	14	25,90 %
Bastante	4	7,40 %
Mucho	0	0,00 %
Total	54	100,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado

**Figura 26**

*Evaluación del ítem: ¿Sabe cuáles son los aspectos que conforman los costos de financiamiento?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Ítem 2:** ¿Tiene conocimiento de que es la tasa efectiva anual de un crédito comercial?

El ítem 2 de la medición del indicador *Costos de financiamiento*, permite medir si los comerciantes evaluados conocen que es la tasa efectiva anual de un crédito comercial.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 44,40 %, indican que los encuestados tienen poco conocimiento de que es una tasa efectiva anual de un crédito comercial, seguido por el 25,90 % que indicaron como respuesta tener algo de conocimiento referente a esta tasa.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes no tienden a tener los conocimientos apropiados sobre lo que es una tasa efectiva anual de un crédito comercial.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 22**

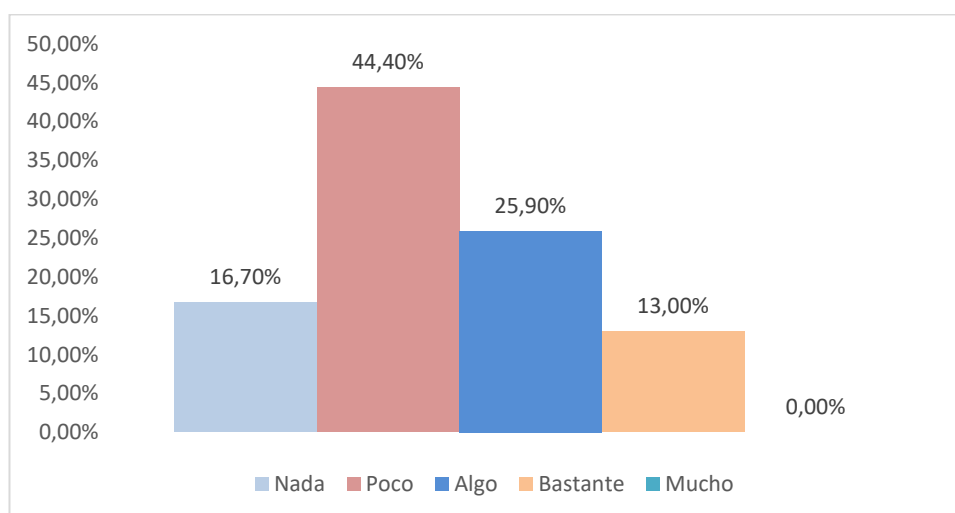
*Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que es la tasa efectiva anual de un crédito comercial?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	9	16,70 %
Poco	24	44,40 %
Algo	14	25,90 %
Bastante	7	13,00 %
Mucho	0	0,00 %
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100,00 %</b>

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 27**

*Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que es la tasa efectiva anual de un crédito comercial?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

### Indicador: Riesgos financieros

#### Ítem 1: ¿Tiene nociones de que son los riesgos financieros?

El ítem 1 de la medición del indicador *Riesgos financieros*, permite medir si los comerciantes evaluados están informados sobre los riesgos financieros. Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 46,30 %, indican que los encuestados están algo informados sobre los riesgos financieros, seguido por el 29,60 % que indicaron como respuesta estar bastante informados en relación a este término financiero.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a tener nociones generales sobre la definición de riesgos financieros.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 23**

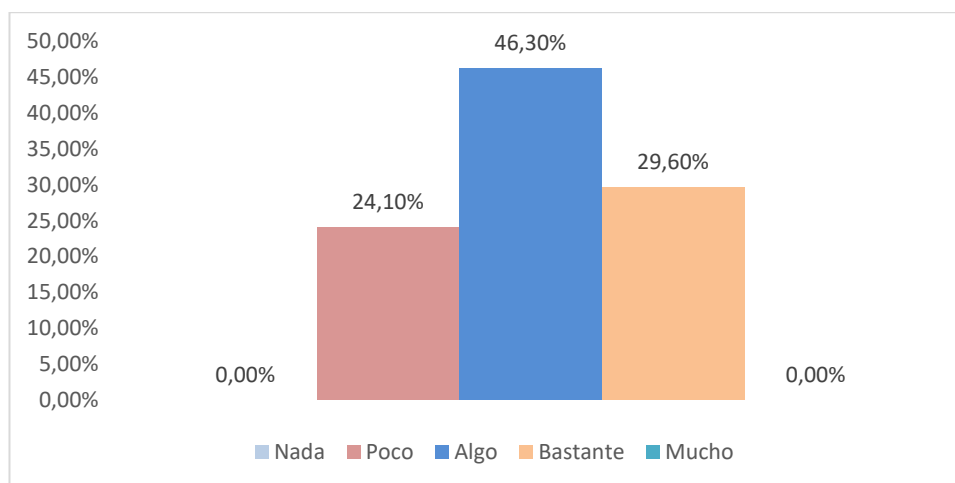
*Evaluación del ítem: ¿Tiene nociones de que son los riesgos financieros?*

Tipo de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nada	0	0,00 %
Poco	13	24,10 %
Algo	25	46,30 %
Bastante	16	29,60 %
Mucho	0	0,00 %
Total	54	100,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 28**

*Evaluación del ítem: ¿Tiene nociones de que son los riesgos financieros?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Ítem 2:** ¿Sabe cómo manejar los riesgos financieros provenientes de las obligaciones financieras con terceros?

El ítem 2 de la medición del indicador *Riesgos financieros*, permite medir si los comerciantes evaluados saben cómo manejar los riesgos financieros derivados de las obligaciones financieras con terceros.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 37 %, indican que los encuestados tienen poco conocimiento de cómo manejar los riesgos financieros provenientes de las obligaciones financieras con terceros, seguido por el 31,50 % que indicaron como respuesta no saber gestionar estos riesgos financieros.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a tener muy poco conocimiento sobre cómo manejar los riesgos financieros provenientes de las obligaciones financieras con terceros.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 24**

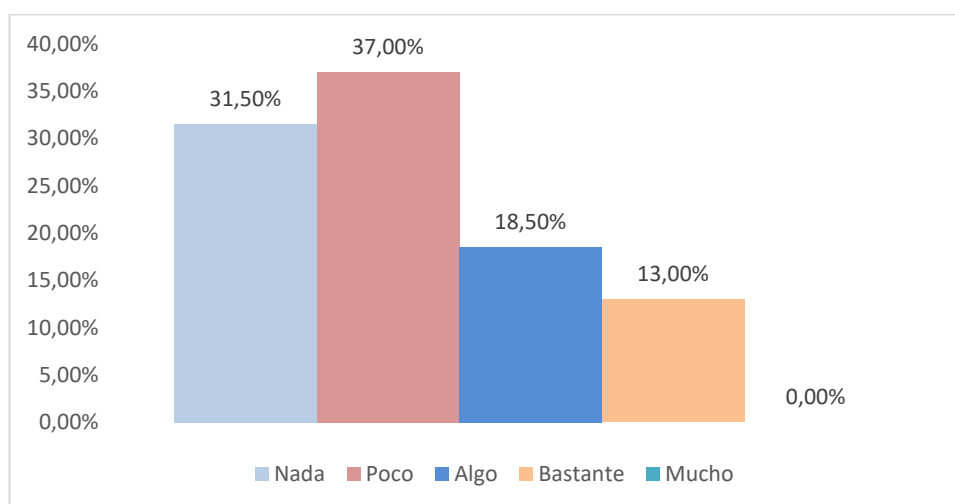
*Evaluación del ítem: ¿Sabe cómo manejar los riesgos financieros provenientes de las obligaciones financieras con terceros?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	17	31,50 %
Poco	20	37,00 %
Algo	10	18,50 %
Bastante	7	13,00 %
Mucho	0	0,00 %
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100,00 %</b>

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 29**

*Evaluación del ítem: ¿Sabe cómo manejar los riesgos financieros provenientes de las obligaciones financieras con terceros?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**4.1.1.2.4 Dimensión: Inversión.** La dimensión *Inversión*, fue evaluada de acuerdo a dos indicadores: Métodos estáticos y métodos dinámicos.

Los resultados muestran mayormente frecuencias en bajo grado, lo que se debe al 44,44 % de calificaciones, seguido por otro 27,78 % en regular grado.

Estos resultados permiten explicar que, según los comerciantes, estos, en bajo grado, con el 61,11 %, consideran que tienen suficientes conocimientos acerca de lo que es una inversión,

sin embargo, tienen nociones muy limitadas sobre para qué sirven los métodos estáticos en la selección de opciones de inversión.

Por último, también se tiene que, con el 37,04 % de calificaciones en regular grado, los comerciantes indicaron que saben de forma general que existen distintos tipos de inversión, asimismo están poco informados sobre la finalidad de los métodos dinámicos.

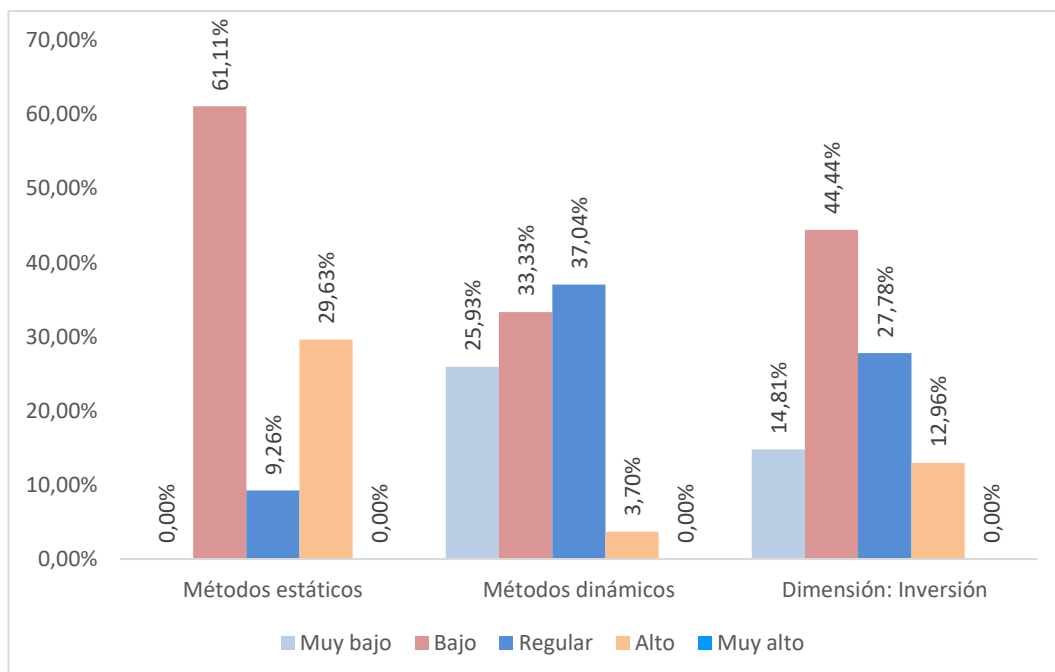
A continuación, se presenta la tabla y figura de información de los resultados citados:

**Tabla 25**

*Resultados de la dimensión Inversión*

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Métodos estáticos	0,00 %	61,11 %	9,26 %	29,63 %	0,00 %
Métodos dinámicos	25,93 %	33,33 %	37,04 %	3,70 %	0,00 %
Dimensión: Inversión	14,81 %	44,44 %	27,78 %	12,96 %	0,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 30***Resultados de la dimensión Inversión*

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

### **Indicador: Métodos estáticos**

#### **Ítem 1:** ¿Tiene conocimiento de que es una inversión?

El ítem 1 de la medición del indicador *Métodos estáticos*, permite medir si los comerciantes evaluados tienen conocimiento de que es una inversión.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 64,80 %, indican que los encuestados tienen bastante conocimiento de que es una inversión, seguido por el 29,60 % que indicaron como respuesta tener algo de conocimiento referente a este término.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a tener los suficientes conocimientos sobre lo que es una inversión en la empresa que dirigen.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 26**

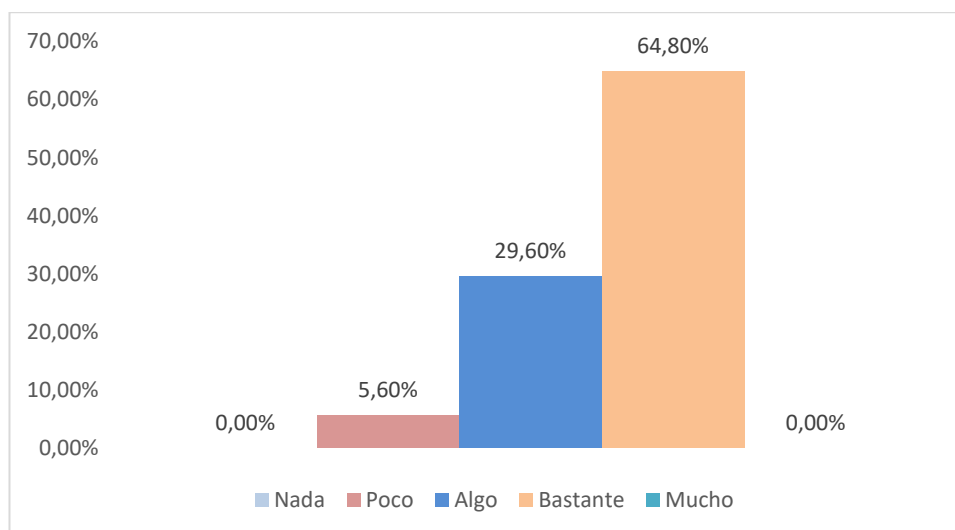
*Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que es una inversión?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	0	0,00 %
Poco	3	5,60 %
Algo	16	29,60 %
Bastante	35	64,80 %
Mucho	0	0,00 %
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100,00 %</b>

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 31**

*Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que es una inversión?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Ítem 2:** ¿Sabe usted que los métodos estáticos sirven para seleccionar entre distintas opciones de inversión?

El ítem 2 de la medición del indicador *Métodos estáticos*, permite medir si los comerciantes evaluados saben que los métodos estáticos sirven para seleccionar entre distintas opciones de inversión.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 46,30 %, indican que los encuestados no saben que los métodos estáticos sirven para elegir entre diversas opciones de inversión, seguido por el 25,90 % que indicaron como respuesta saber algo acerca de la finalidad de estos métodos.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a no estar muy informados respecto a la utilidad de los métodos estáticos para seleccionar entre distintas opciones de inversión.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 27**

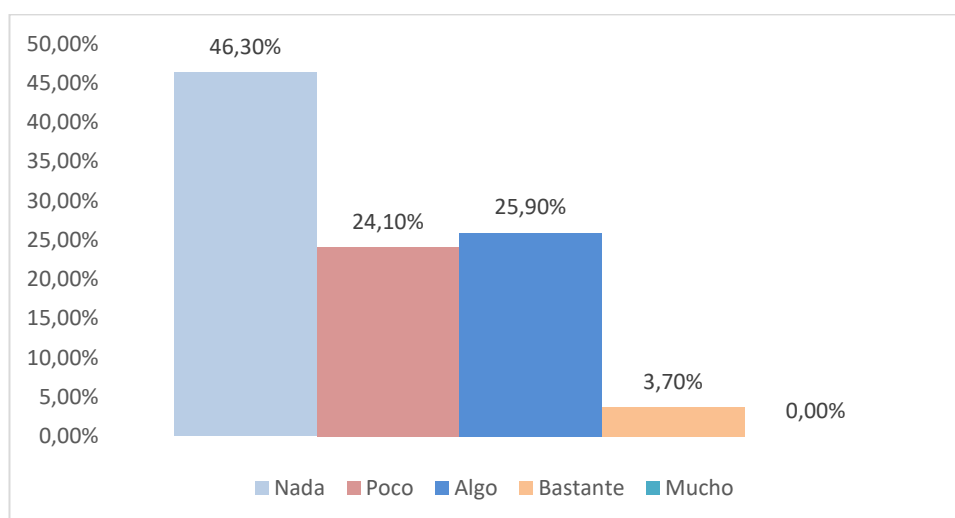
*Evaluación del ítem: ¿Sabe usted que los métodos estáticos sirven para seleccionar entre distintas opciones de inversión?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	25	46,30 %
Poco	13	24,10 %
Algo	14	25,90 %
Bastante	2	3,70 %
Mucho	0	0,00 %
Total	54	100,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 32**

*Evaluación del ítem: ¿Sabe usted que los métodos estáticos sirven para seleccionar entre distintas opciones de inversión?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

### **Indicador: Métodos dinámicos**

**Ítem 1:** ¿Tiene conocimiento de que existen tipos de inversión?

El ítem 1 de la medición del indicador *Métodos dinámicos*, permite medir si los comerciantes evaluados tienen conocimiento de que existen tipos de inversión.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 46,30 %, indican que los encuestados tienen algo de conocimiento de que existen tipos de inversión, seguido por el 24,10 % que indicaron como respuesta tener bastante conocimiento sobre la existencia de tipos de inversión, en tanto

que otro 24,10 % indicaron tener poco conocimiento de que existen tipos de inversión.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a tener conocimientos generales respecto a los tipos de inversión.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 28**

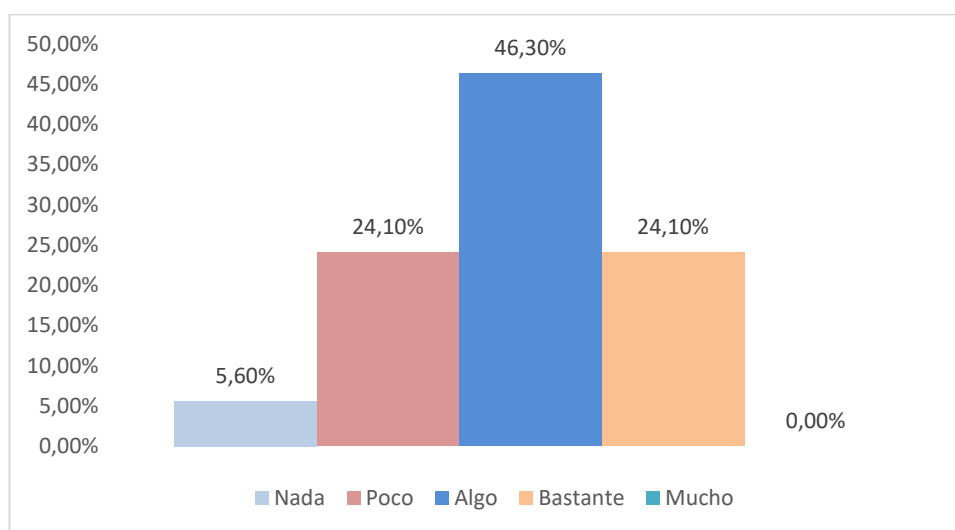
*Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que existen tipos de inversión?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	3	5,60 %
Poco	13	24,10 %
Algo	25	46,30 %
Bastante	13	24,10 %
Mucho	0	0,00 %
Total	54	100,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 33**

*Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que existen tipos de inversión?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Ítem 2:** ¿Sabe usted que los métodos dinámicos sirven para elegir entre distintas opciones de inversión?

El ítem 2 de la medición del indicador *Métodos dinámicos*, permite medir si los comerciantes evaluados saben que los métodos dinámicos sirven para elegir entre distintas opciones de inversión.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 46,30 %, indican que los encuestados no saben que los métodos dinámicos sirven para elegir entre distintas opciones de inversión, seguido por el 37,00 % que indicaron como respuesta saber algo sobre la finalidad de los métodos dinámicos.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes no tienden a tener los suficientes conocimientos sobre los métodos dinámicos y como estos ayudan a decidir entre diversas opciones de inversión.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 29**

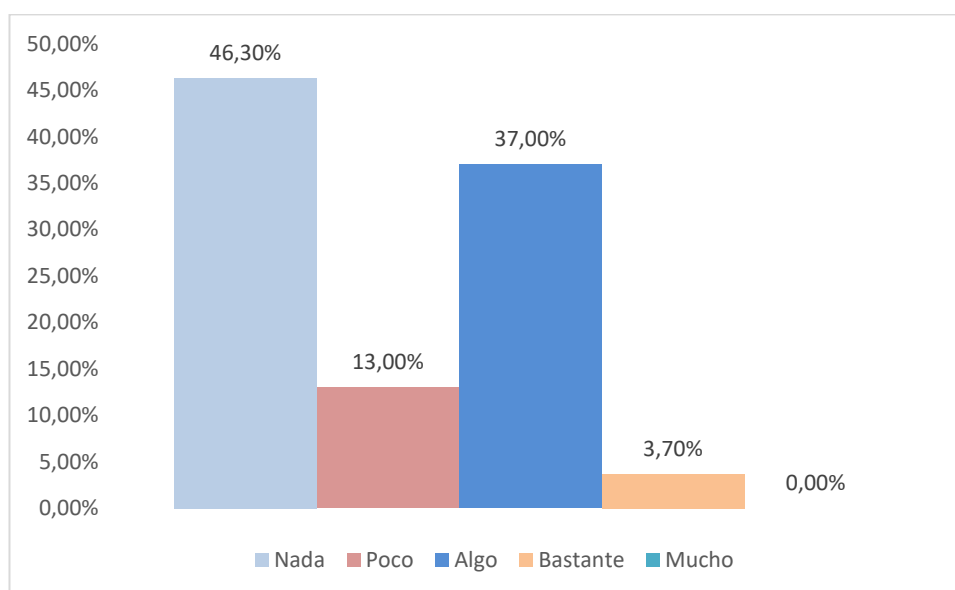
*Evaluación del ítem: ¿Sabe usted que los métodos dinámicos sirven para elegir entre distintas opciones de inversión?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	25	46,30 %
Poco	7	13,00 %
Algo	20	37,00 %
Bastante	2	3,70 %
Mucho	0	0,00 %
Total	54	100,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 34**

*Evaluación del ítem: ¿Sabe usted que los métodos dinámicos sirven para elegir entre distintas opciones de inversión?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

#### **4.1.2 Rentabilidad sobre las Ventas**

**4.1.2.1 Análisis General.** La variable rentabilidad sobre las ventas, fue evaluada a partir de dos dimensiones: Margen de ganancias brutas y margen de ganancia neta.

Los resultados muestran que, de acuerdo a los comerciantes evaluados, estos, de acuerdo a sus principales frecuencias, mayormente en niveles regulares, poseen niveles moderados de conocimiento de conceptos necesarios para la determinación de la

rentabilidad sobre las ventas, esto significa que los comerciantes comprenden parcialmente los términos de ganancia bruta, ventas y ganancia neta.

Así como también entienden relativamente que existen elementos que influyen en los cálculos de dichos términos, tales como el costo de ventas, las cotizaciones, gastos de administración, entre otros.

Tal hallazgo se justifica en el 46,30 % de calificaciones en grado regular, seguido por el 27,78 % de valoraciones en alto grado.

Respecto a las dimensiones evaluadas, la dimensión Margen de ganancias brutas, fue calificada mayormente en nivel regular con un 40,74 %.

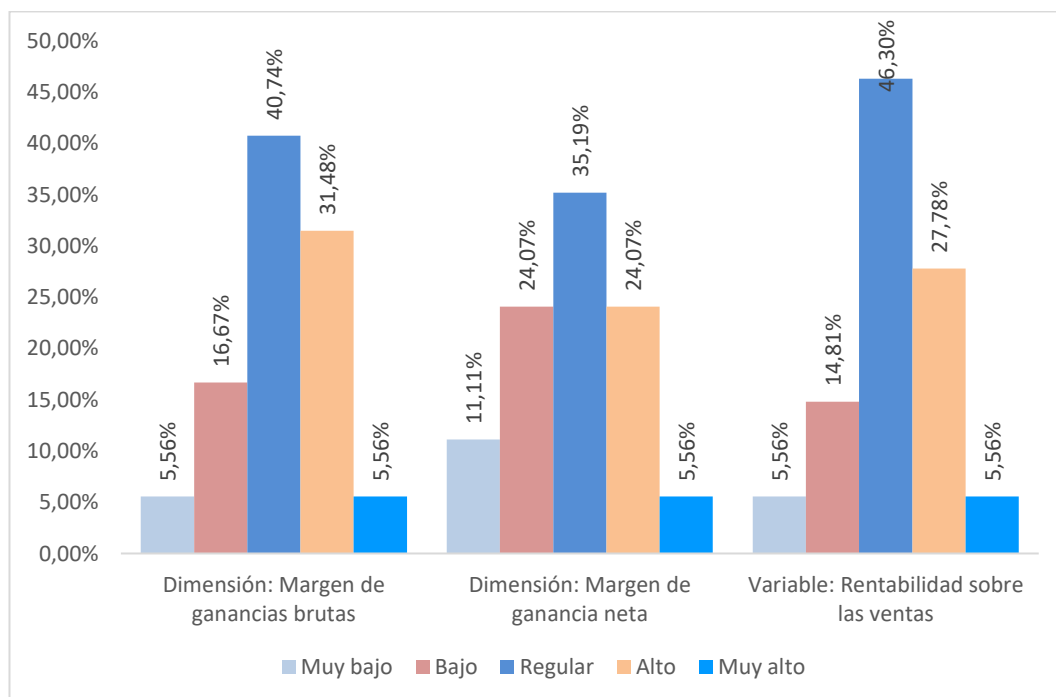
Por otro lado, la dimensión Margen de ganancia neta, fue valorada principalmente en regular grado de acuerdo al 35,19 % de calificaciones.

Estos resultados se pueden apreciar en la siguiente tabla y figura que representan lo expuesto:

**Tabla 30***Análisis general de la variable Rentabilidad sobre las ventas*

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Dimensión: Margen de ganancias brutas	5,56 %	16,67 %	40,74 %	31,48 %	5,56 %
Dimensión: Margen de ganancia neta	11,11 %	24,07 %	35,19 %	24,07 %	5,56 %
Variable: Rentabilidad sobre las ventas	5,56 %	14,81 %	46,30 %	27,78 %	5,56 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 35***Análisis general de la variable Rentabilidad sobre las ventas*

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

#### **4.1.2.2 Análisis por Dimensiones e Indicadores.**

**4.1.2.2.1 Dimensión: Margen de Ganancias Brutas.** La dimensión *Margen de ganancias brutas*, fue evaluada de acuerdo a dos indicadores: Ganancia bruta y ventas netas.

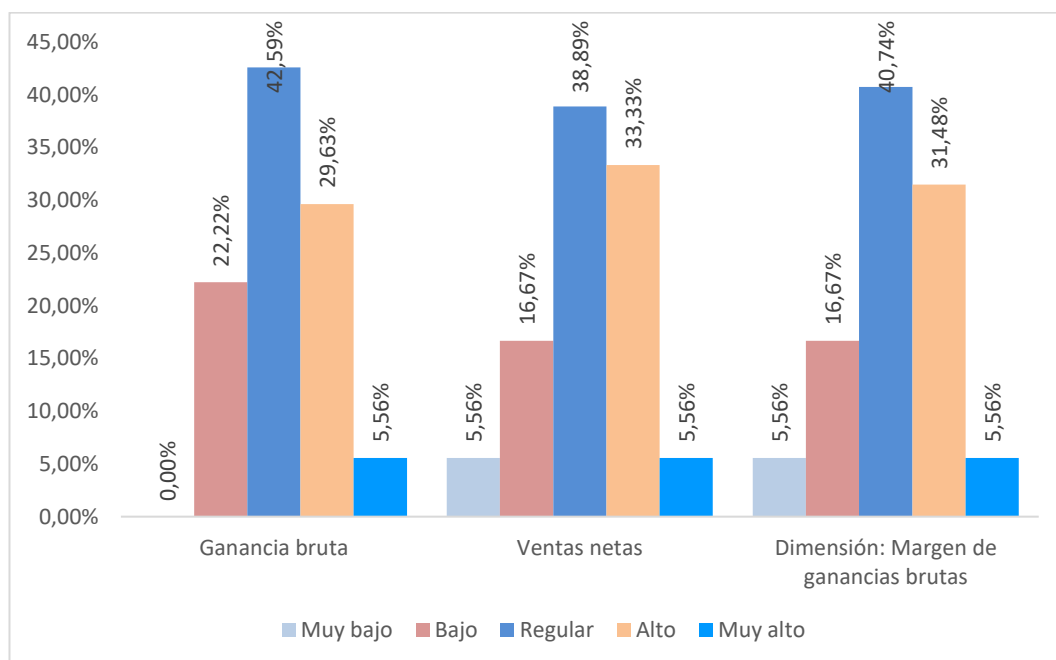
Los resultados muestran mayormente frecuencias en regular grado, lo que se debe al 40,74 % de calificaciones, seguido por otro 31,48 % en alto grado. Estos resultados permiten explicar que, según los comerciantes, estos, en regular grado, con el 42,59 %, consideran que tienen algo de conocimiento sobre que es la ganancia bruta, por otra parte, entienden que el costo de ventas incide en la determinación de la ganancia bruta, y por lo tanto efectúan regularmente cotizaciones para optimizar el costo de adquisición de las mercaderías.

Por último, también se tiene que, con el 38,89 % de calificaciones en regular grado, los comerciantes indicaron que están informados, de forma general, sobre lo que son las ventas netas, hasta mencionaron que efectúan ocasionalmente proyecciones de ventas y que a su vez comparan dichas proyecciones con las ventas reales.

A continuación, se presenta la tabla y figura de información de los resultados citados:

**Tabla 31***Resultados de la dimensión Margen de ganancias brutas*

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Ganancia bruta	0,00 %	22,22 %	42,59 %	29,63 %	5,56 %
Ventas netas	5,56 %	16,67 %	38,89 %	33,33 %	5,56 %
Dimensión: Margen de ganancias brutas	5,56 %	16,67 %	40,74 %	31,48 %	5,56 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.**Figura 36***Resultados de la dimensión Margen de ganancias brutas**Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Indicador: Ganancia bruta.**

**Ítem 1:** ¿Tiene conocimiento de que es la ganancia bruta?

El ítem 1: *Ganancia bruta*, permite medir si los comerciantes evaluados tienen conocimiento de que es la ganancia bruta. Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 37,00 %, indican que los encuestados tienen algo de conocimiento respecto a que es la ganancia bruta, seguido por el 29,60 % que indicaron como respuesta tener bastante conocimiento sobre este término. De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a tener conocimientos básicos sobre los que es la ganancia bruta de sus negocios. A continuación, presentamos los resultados:

**Tabla 32**

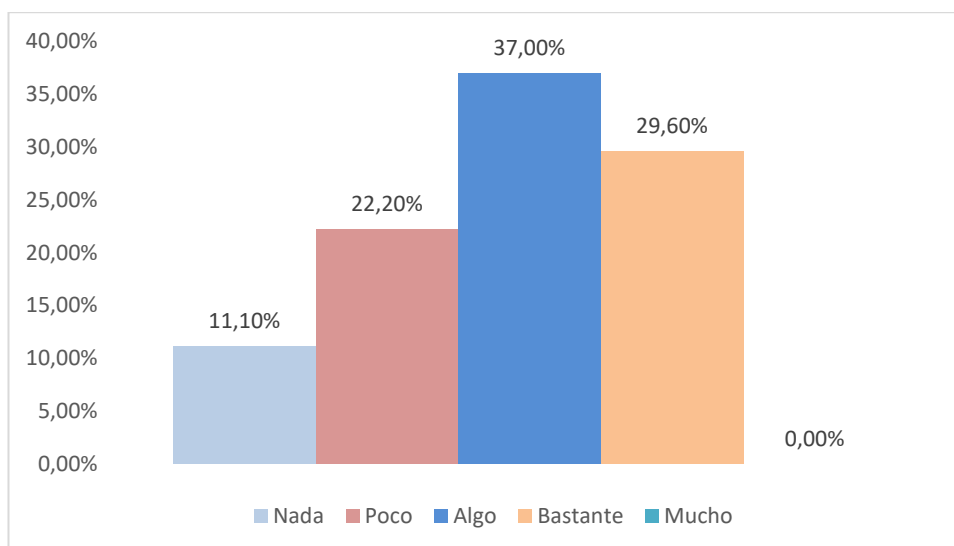
*Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que es la ganancia bruta?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	6	11,10 %
Poco	12	22,20 %
Algo	20	37,00 %
Bastante	16	29,60 %
Mucho	0	0,00 %
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100,00 %</b>

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 37**

*Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que es la ganancia bruta?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Ítem 2:** ¿Sabe usted que el costo de ventas influye en la determinación de la ganancia bruta?

El ítem 2 de la medición del indicador *Ganancia bruta*, permite medir si los comerciantes evaluados saben que el costo de ventas influye en la determinación de la ganancia bruta.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 33,30 %, indican que los encuestados están indecisos sobre si el costo de ventas influye en la determinación de la ganancia bruta, seguido por el 29,60 % que indicaron como respuesta estar bastante de acuerdo con que el costo de ventas influye en la determinación de la ganancia bruta.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a saber relativamente que el costo de ventas influye en la determinación de la ganancia bruta de las empresas que gestionan.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 33**

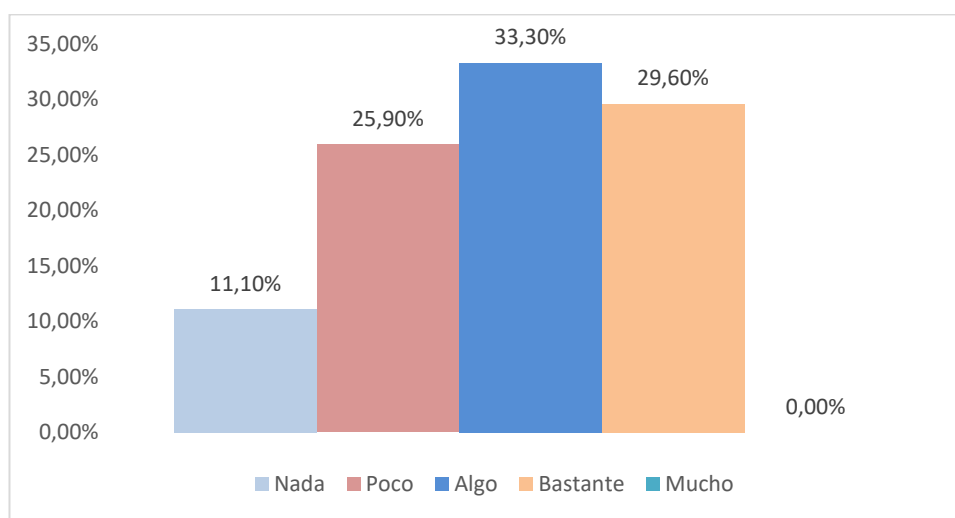
*Evaluación del ítem: ¿Sabe usted que el costo de ventas influye en la determinación de la ganancia bruta?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	6	11,10 %
Poco	14	25,90 %
Algo	18	33,30 %
Bastante	16	29,60 %
Mucho	0	0,00 %
Total	54	100,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 38**

*Evaluación del ítem: ¿Sabe usted que el costo de ventas influye en la determinación de la ganancia bruta?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Ítem 3:** ¿Efectúa diversas cotizaciones para optimizar el costo de adquisición de las mercaderías que se venden?

El ítem 3 de la medición del indicador *Ganancia bruta*, permite medir si los comerciantes evaluados efectúan diversas cotizaciones para optimizar el costo de adquisición de las mercaderías que venden.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 64,80 %, indican que los encuestados efectúan casi siempre diversas cotizaciones para optimizar el costo de adquisición de las mercaderías que venden, seguido por el 18,50 % que indicaron como respuesta efectuar ocasionalmente cotizaciones.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a realizar habitualmente cotizaciones para optimizar el costo de adquisición de las mercaderías que venden en sus respectivos negocios.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 34**

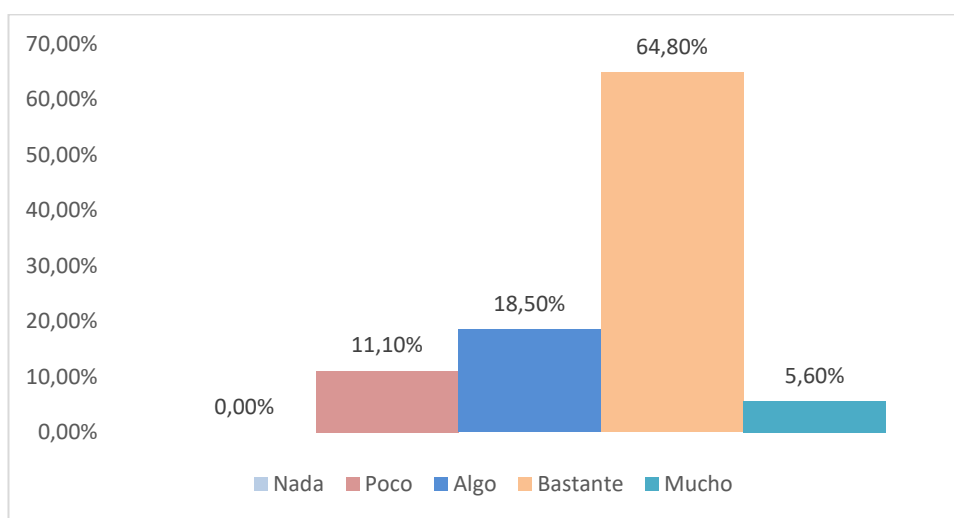
*Evaluación del ítem: ¿Efectúa diversas cotizaciones para optimizar el costo de adquisición de las mercaderías que se venden?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	0	0,00 %
Poco	6	11,10 %
Algo	10	18,50 %
Bastante	35	64,80 %
Mucho	3	5,60 %
Total	54	100,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 39**

*Evaluación del ítem: ¿Efectúa diversas cotizaciones para optimizar el costo de adquisición de las mercaderías que se venden?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

### **Indicador: Ventas netas.**

**Ítem 1:** ¿Tiene conocimiento de que son las ventas netas?

El ítem 1 de la medición del indicador *Ventas netas*, permite medir si los comerciantes evaluados tienen conocimiento de que son las ventas netas.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 35,20 %, indican que los encuestados están bastante informados respecto a que son las ventas netas, seguido por el 33,30 % que indicaron como respuesta estar algo informados sobre este concepto.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a tener ideas generales sobre las ventas netas.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 35**

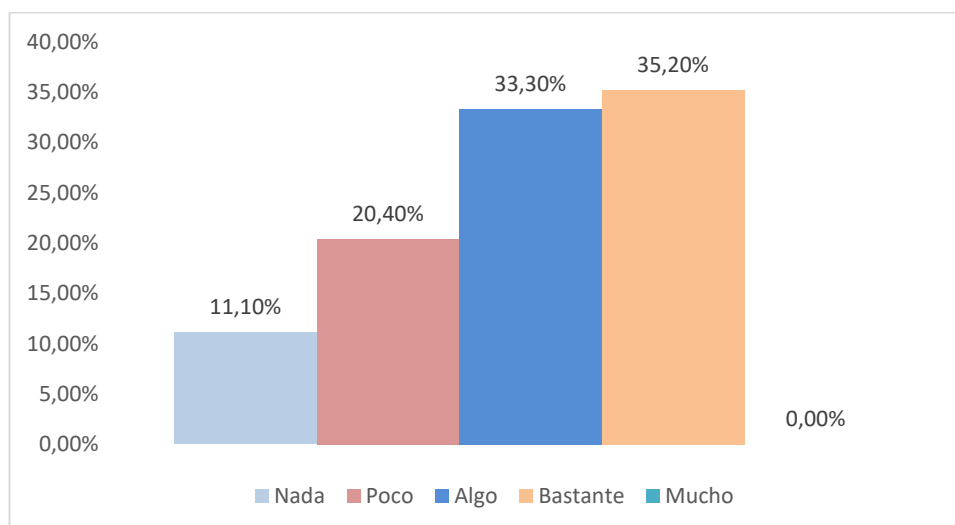
*Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que son las ventas netas?*

Tipo de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nada	6	11,10 %
Poco	11	20,40 %
Algo	18	33,30 %
Bastante	19	35,20 %
Mucho	0	0,00 %
Total	54	100,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 40**

*Evaluación del ítem: ¿Tiene conocimiento de que son las ventas netas?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Ítem 2:** ¿Efectúa una proyección de ventas al inicio del periodo?

El ítem 2 de la medición del indicador *Ventas netas*, permite medir si los comerciantes evaluados efectúan proyecciones de ventas al inicio del periodo. Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 42,60 %, indican que los encuestados realizan generalmente proyecciones de ventas al inicio del periodo, seguido por el 24,10 % que indicaron como respuesta realizar algunas veces estas proyecciones.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a efectuar usualmente proyecciones de ventas al inicio del periodo en sus negocios. A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 36**

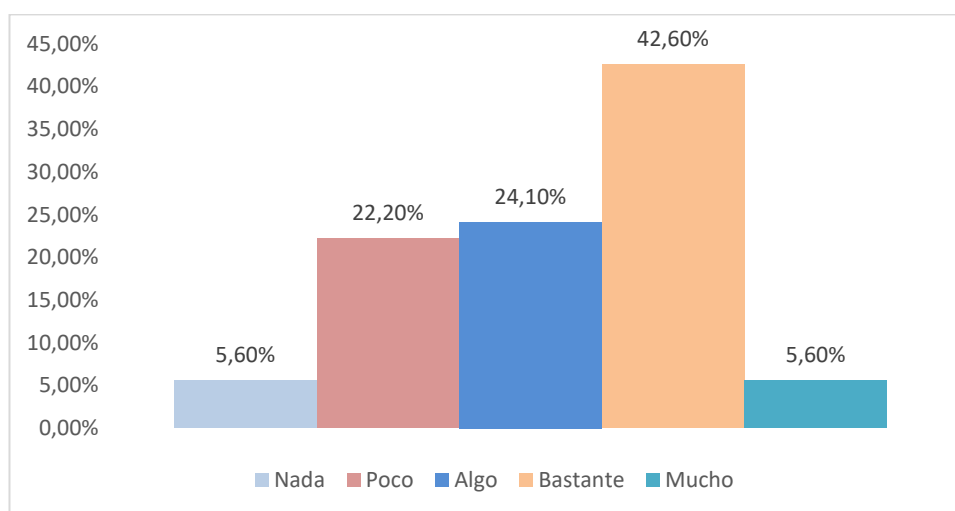
*Evaluación del ítem: ¿Efectúa una proyección de ventas al inicio del periodo?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	3	5,60 %
Poco	12	22,20 %
Algo	13	24,10 %
Bastante	23	42,60 %
Mucho	3	5,60 %
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100,00 %</b>

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 41**

*Evaluación del ítem: ¿Efectúa una proyección de ventas al inicio del periodo?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Ítem 3:** ¿El volumen de ventas que realizó su empresa es el que se esperaba?

El ítem 3 de la medición del indicador *Ventas netas*, permite medir si los comerciantes obtuvieron un volumen de ventas igual al volumen de ventas que esperaban.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 35,20 %, indican que los encuestados están indecisos sobre si el volumen de ventas obtenido en sus respectivas empresas es igual al volumen de ventas esperado, seguido por el 33,30 % que indicaron como respuesta estar de acuerdo con que el

volumen de ventas obtenido en sus negocios es igual al volumen de ventas esperado.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a obtener algunas veces un volumen de ventas igual o similar al que habían planificado en sus respectivas empresas.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 37**

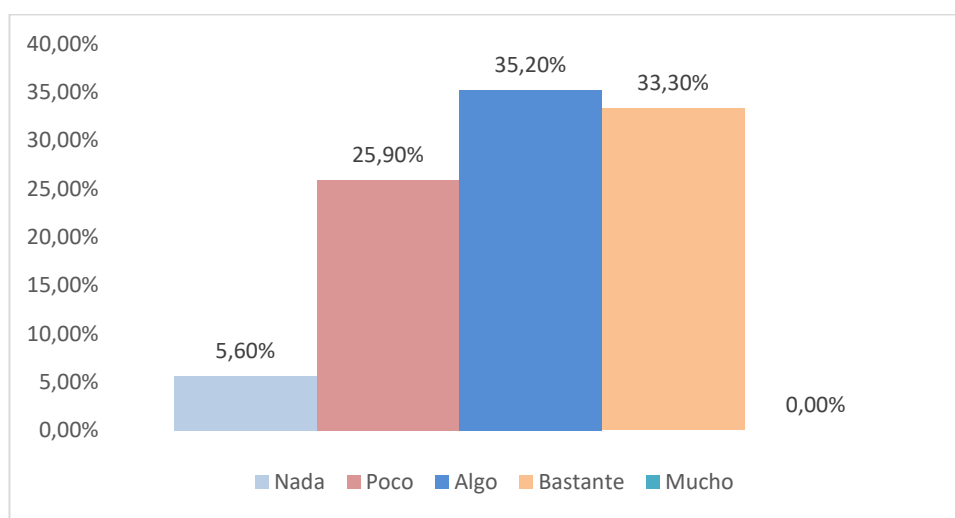
*Evaluación del ítem: ¿El volumen de ventas que realizó su empresa es el que se esperaba?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	3	5,60 %
Poco	14	25,90 %
Algo	19	35,20 %
Bastante	18	33,30 %
Mucho	0	0,00 %
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100,00 %</b>

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 42**

*Evaluación del ítem: ¿El volumen de ventas que realizó su empresa es el que se esperaba?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**4.1.2.2.2 Dimensión: Margen de ganancia neta.** La dimensión *Margen de ganancia neta*, fue evaluada de acuerdo a un indicador: Ganancia neta después de impuestos.

Los resultados muestran mayormente frecuencias en regular grado, lo que se debe al 35,19 % de calificaciones, seguido por otro 24,07 % en alto grado y otro 24,07 % en bajo grado.

Estos resultados permiten explicar que, según los comerciantes, estos, en regular grado, con el 35,19 %, consideran que comprenden relativamente que es la ganancia neta, gastos de

venta, gastos de administración; por otro lado, los comerciantes no están lo suficientemente informados sobre la importancia de determinar, de alguna forma, la ganancia neta y ver si el negocio es rentable.

A continuación, se presenta la tabla y figura de información de los resultados citados:

**Tabla 38**

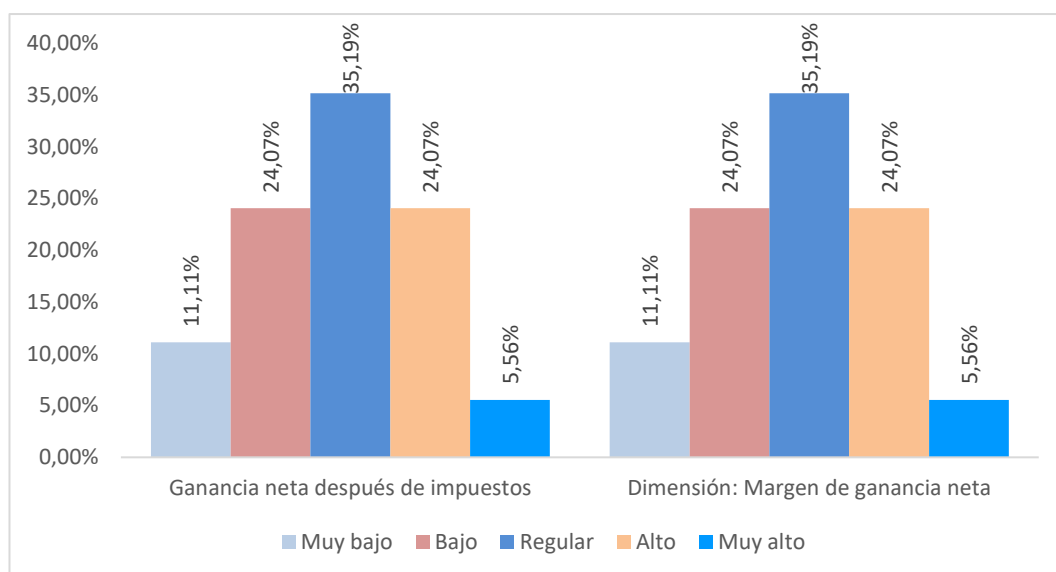
*Resultados de la dimensión Margen de ganancia neta*

	Muy bajo	Bajo	Regular	Alto	Muy alto
Ganancia neta después de impuestos	11,11 %	24,07 %	35,19 %	24,07 %	5,56 %
Dimensión: Margen de ganancia neta	11,11 %	24,07 %	35,19 %	24,07 %	5,56 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 43**

*Resultados de la dimensión Margen de ganancia neta*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

### **Indicador: Ganancia neta después de impuestos**

#### **Ítem 1:** ¿Tiene nociones de que es la ganancia neta?

El ítem 1 de la medición del indicador *Ganancia neta después de impuestos*, permite medir si los comerciantes evaluados tienen nociones de que es la ganancia neta.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 31,50 %, indican que los encuestados tienen pocas nociones sobre que es la ganancia neta, seguido por el 27,80 % que indicaron como respuesta tener algo de noción sobre este concepto. De esta forma, se puede establecer que los

comerciantes tienden a tener nociones relativas y generales sobre lo que es la ganancia neta de sus correspondientes empresas. A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 39**

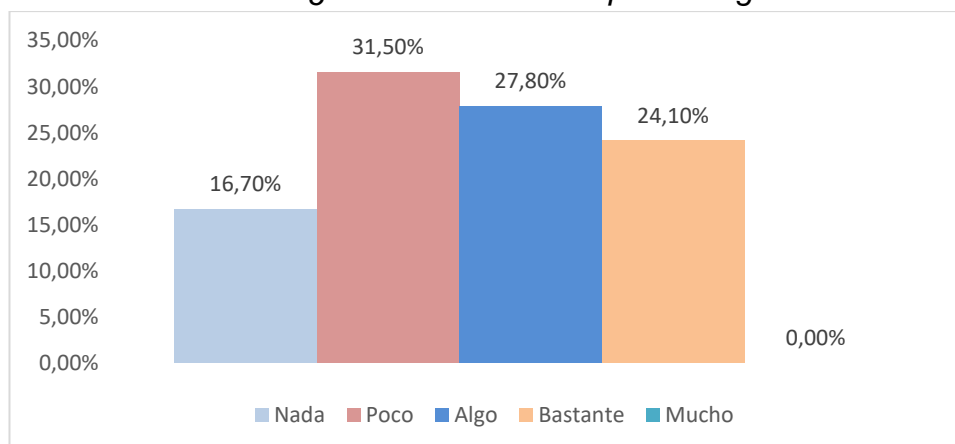
*Evaluación del ítem: ¿Tiene nociones de que es la ganancia neta?*

Tipo de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nada	9	16,70 %
Poco	17	31,50 %
Algo	15	27,80 %
Bastante	13	24,10 %
Mucho	0	0,00 %
Total	54	100,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 44**

*Evaluación del ítem: ¿Tiene nociones de que es la ganancia neta?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Ítem 2:** ¿Sabe usted cuál es la importancia de determinar con exactitud la ganancia neta?

El ítem 2 de la medición del indicador *Ganancia neta después de impuestos*, permite medir si los comerciantes evaluados saben cuál es la importancia de determinar con exactitud la ganancia neta.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 35,20 %, indican que los encuestados tienen poco conocimiento sobre la importancia de determinar con exactitud la ganancia neta, seguido por el 29,60 % que indicaron como respuesta saber algo respecto a la importancia de determinar con exactitud la ganancia neta.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes no tienden a estar lo suficientemente informados respecto a la importancia de determinar con exactitud la ganancia neta de la empresa que manejan.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 40**

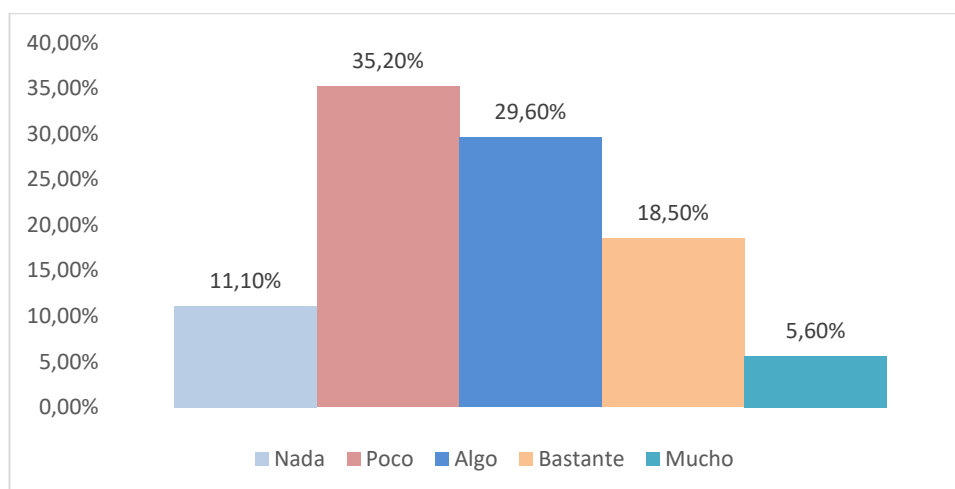
*Evaluación del ítem: ¿Sabe usted cuál es la importancia de determinar con exactitud la ganancia neta?*

Tipo de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nada	6	11,10 %
Poco	19	35,20 %
Algo	16	29,60 %
Bastante	10	18,50 %
Mucho	3	5,60 %
Total	54	100,00 %

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 45**

*Evaluación del ítem: ¿Sabe usted cuál es la importancia de determinar con exactitud la ganancia neta?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Ítem 3:** ¿Sabe identificar cuáles son los gastos de venta y administración de su empresa?

El ítem 3 de la medición del indicador *Ganancia neta después de impuestos*, permite medir si los comerciantes evaluados saben identificar cuáles son los gastos de venta y administración de sus correspondientes empresas.

Los resultados, en sus mayores frecuencias, dado el 44,40 %, indican que los encuestados saben identificar, con bastante claridad, cuáles son los gastos de venta y administración, seguido por el 25,90 % que indicaron como respuesta saber identificar limitadamente cuáles son los gastos de venta y administración.

De esta forma, se puede establecer que los comerciantes tienden a tener conocimientos generales para poder identificar los gastos de venta y administración provenientes de la empresa que gestionan.

A continuación, se presenta la tabla y figura de resultados:

**Tabla 41**

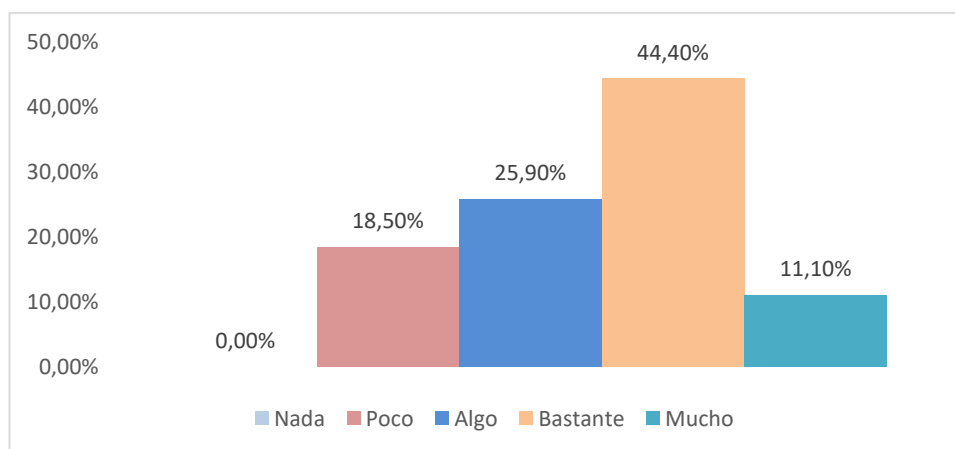
*Evaluación del ítem: ¿Sabe identificar cuáles son los gastos de venta y administración de su empresa?*

<b>Tipo de respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nada	0	0,00 %
Poco	10	18,50 %
Algo	14	25,90 %
Bastante	24	44,40 %
Mucho	6	11,10 %
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100,00 %</b>

*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

**Figura 46**

*Evaluación del ítem: ¿Sabe identificar cuáles son los gastos de venta y administración de su empresa?*



*Nota.* Obtenido a partir del cuestionario aplicado.

## 4.2 Contrastación de Hipótesis

### 4.2.1 *Contrastación de Hipótesis General*

La hipótesis general plantea:

H0: La educación financiera no influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.

H1: La educación financiera influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.

La comprobación de la hipótesis se determinó mediante la prueba de regresión lineal estadística, cuyos resultados son:

**Tabla 42**

*ANOVA del modelo de regresión lineal para la comprobación de la hipótesis general*

Fuente	Suma de Cuadrados	Gl	Cuadrado Medio	Razón-F	Valor-P
Modelo	11,5616	1	11,5616	17,41	0,0001
Residuo	34,5309	52	0,664057		
Total (Corr.)	46,0926	53			

*Nota.* Elaborado con IBM SPSS Windows XXIV.

Teniendo que:

- Coeficiente de Correlación = 0,500835
- R-cuadrada = 25,0835 %
- R-cuadrado (ajustado para g.l.) = 23,6428 %

### **Interpretación**

Puesto que el valor-P en la tabla ANOVA es menor que 0,05; existe una relación estadísticamente significativa entre Rentabilidad sobre las ventas y Educación financiera con un nivel de confianza del 95 %.

El estadístico R-Cuadrada indica que el modelo ajustado explica 25,08 % de la variabilidad en Rentabilidad sobre las ventas. El coeficiente de correlación es igual a 0,500835; indicando una relación moderadamente fuerte entre las variables. El error estándar del estimado indica que la desviación estándar de los residuos es 0,814897.

Puesto que el valor-P es menor que 0,05; hay indicación de una posible correlación serial con un nivel de confianza del 95 %.

De esta forma se da por aprobada la hipótesis alterna formulada.

## 4.2.2 Comprobación de Hipótesis Específicas

### 4.2.2.1 Comprobación de Hipótesis Específica 1.

La hipótesis específica 1 formula:

H0: La planificación financiera no influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.

H1: La planificación financiera influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.

La comprobación de la hipótesis se determinó mediante la prueba de regresión lineal estadística, cuyos resultados son:

**Tabla 43**

*ANOVA del modelo de regresión lineal para la comprobación de la hipótesis específica 1*

Fuente	Suma de Cuadrados	Gl	Cuadrado Medio	Razón-F	Valor-P
Modelo	16,0095	1	16,0095	27,67	0,0000
Residuo	30,0831	52	0,57852		
Total (Corr.)	46,0926	53			

*Nota.* Elaborado con IBM SPSS Windows XXIV.

Teniendo que:

- Coeficiente de Correlación = 0,589351
- R-cuadrada = 34,7334 %
- R-cuadrado (ajustado para g.l.) = 33,4783 %

### **Interpretación**

Puesto que el valor-P en la tabla ANOVA es menor que 0,05; existe una relación estadísticamente significativa entre Rentabilidad sobre las ventas y Planificación financiera con un nivel de confianza del 95 %.

El estadístico R-Cuadrada indica que el modelo ajustado explica 34,73 % de la variabilidad en Rentabilidad sobre las ventas. El coeficiente de correlación es igual a 0,589351; indicando una relación moderadamente fuerte entre las variables. El error estándar del estimado indica que la desviación estándar de los residuos es 0,760605.

Puesto que el valor- P es menor que 0,05; hay indicación de una posible correlación serial con un nivel de confianza del 95 %.

De esta forma se da por aprobada la hipótesis alterna formulada.

#### **4.2.2.2 Comprobación de Hipótesis Específica 2.**

La hipótesis específica 2 formula:

H0: El ahorro no influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación

Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.

H1: El ahorro influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.

La comprobación de la hipótesis se determinó mediante la prueba de regresión lineal estadística, cuyos resultados son:

**Tabla 44**

*ANOVA del modelo de regresión lineal para la comprobación de la hipótesis específica 2*

Fuente	Suma de Cuadrados	Gl	Cuadrado Medio	Razón-F	Valor-P
Modelo	17,438	1	17,438	31,64	0,0000
Residuo	28,6546	52	0,551051		
Total (Corr.)	46,0926	53			

*Nota.* Elaborado con IBM SPSS Windows XXIV.

Teniendo que:

- Coeficiente de Correlación = 0,615081
- R-cuadrada = 37,8324 %
- R-cuadrado (ajustado para g.l.) = 36,6369 %

### **Interpretación**

Puesto que el valor-P en la tabla ANOVA es menor que 0,05; existe una relación estadísticamente significativa entre Rentabilidad sobre las ventas y Ahorro con un nivel de confianza del 95 %.

El estadístico R-Cuadrada indica que el modelo ajustado explica 37,83 % de la variabilidad en Rentabilidad sobre las ventas. El coeficiente de correlación es igual a 0,615081; indicando una relación moderadamente fuerte entre las variables. El error estándar del estimado indica que la desviación estándar de los residuos es 0,742328.

Puesto que el valor-P es menor que 0,05; hay indicación de una posible correlación serial con un nivel de confianza del 95 %.

De esta forma se da por aprobada la hipótesis alterna formulada.

#### **4.2.2.3 Comprobación de Hipótesis Específica 3.**

La hipótesis específica 3 formula:

H0: El endeudamiento responsable no influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.

H1: El endeudamiento responsable influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de

los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.

La comprobación de la hipótesis se determinó mediante la prueba de regresión lineal estadística, cuyos resultados son:

**Tabla 45**

*ANOVA del modelo de regresión lineal para la comprobación de la hipótesis específica 3*

Fuente	Suma de Cuadrados	Gl	Cuadrado Medio	Razón-F	Valor-P
Modelo	7,96837	1	7,96837	10,87	0,0018
Residuo	38,1242	52	0,733158		
Total (Corr.)	46,0926	53			

*Nota.* Elaborado con IBM SPSS Windows XXIV.

Teniendo que:

- Coeficiente de Correlación = 0,415785
- R-cuadrada = 17,2877 %
- R-cuadrado (ajustado para g.l.) = 15,6971 %

### **Interpretación**

Puesto que el valor-P en la tabla ANOVA es menor que 0,05; existe una relación estadísticamente significativa entre Rentabilidad sobre las ventas y Endeudamiento responsable con un nivel de confianza del 95 %.

El estadístico R-Cuadrada indica que el modelo ajustado explica 17,29 % de la variabilidad en Rentabilidad sobre las ventas. El coeficiente de correlación es igual a 0,415785; indicando una relación relativamente débil entre las variables. El error estándar del estimado indica que la desviación estándar de los residuos es 0,856247.

Puesto que el valor-P es menor que 0,05; hay indicación de una posible correlación serial con un nivel de confianza del 95 %.

De esta forma se da por aprobada la hipótesis alterna formulada.

#### **4.2.2.4 Comprobación de Hipótesis Específica 4.**

La hipótesis específica 4 formula:

H0: La inversión no influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.

H1: La inversión influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación

Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.

La comprobación de la hipótesis se determinó mediante la prueba de regresión lineal estadística, cuyos resultados son:

**Tabla 46**

*ANOVA del modelo de regresión lineal para la comprobación de la hipótesis específica 4*

Fuente	Suma de Cuadrados	Gl	Cuadrado Medio	Razón-F	Valor-P
Modelo	14,9175	1	14,9175	24,88	0,0000
Residuo	31,1751	52	0,599521		
Total (Corr.)	46,0926	53			

*Nota.* Elaborado con IBM SPSS Windows XXIV.

Teniendo que:

- Coeficiente de Correlación = 0,568895
- R-cuadrada = 32,3642 %
- R-cuadrado (ajustado para g.l.) = 31,0635 %

### **Interpretación**

Puesto que el valor-P en la tabla ANOVA es menor que 0,05; existe una relación estadísticamente significativa entre Rentabilidad sobre las ventas e Inversión con un nivel de confianza del 95 %.

El estadístico R-Cuadrada indica que el modelo ajustado explica 32,36 % de la variabilidad en Rentabilidad sobre las ventas. El coeficiente de correlación es igual a 0,568895; indicando una relación moderadamente fuerte entre las variables. El error estándar del estimado indica que la desviación estándar de los residuos es 0,774287.

Puesto que el valor-P es menor que 0,05; hay indicación de una posible correlación serial con un nivel de confianza del 95 %.

De esta forma se da por aprobada la hipótesis alterna formulada.

#### **4.3 Discusión de Resultados**

Los resultados de la investigación demuestran que la educación financiera de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi es regular, presentando la mayoría de estos niveles aproximadamente adecuados en el conocimiento de conceptos necesarios para la ejecución de acciones de planificación de sus finanzas, además de niveles moderados de ahorro; por otra parte, tienen niveles relativamente bajos de conocimientos referentes al endeudamiento responsable e inversión.

En tal sentido, los comerciantes realizan sus operaciones, a nivel financiero, con una regular especialización y organización, en consecuencia, logran contar con una planificación de ingresos, y gestión de

costos y gastos ligeramente adecuados; generando, en cierto grado, efectos positivos en sus niveles de rentabilidad deseados.

Estos resultados dan cuenta de la necesidad de que se ejecuten acciones de sensibilización sobre la importancia de lograr una educación financiera adecuada, y ello trae consigo la necesidad de un plan de formación financiera, tal como explica Zosa & Plúa (2017), quienes resaltan que a medida que se implementen acciones para mejorarla, es posible que se mejore también los rendimientos a nivel financiero y se promueva la inversión como parte de la cultura financiera de los comerciantes.

Por otro lado, es importante que los comerciantes procuren seguir profesionalizando la gestión de sus finanzas desde una adecuada educación financiera, tomando en cuenta que debido a la forma en la que ejecuten sus operaciones pueden optar por un financiamiento y expansión de sus negocios, lo que conduce a considerar, tal como también indican Leines & Caicedo (2012), la necesidad de contar con acciones que mejoren la rentabilidad a partir de capacitaciones y mayor concientización de los comerciantes en temas referentes a la financiación, producción y comercialización.

Respecto a Cajamarca (2020), se evidencia que la cultura financiera no es una variable que presente niveles adecuados de desarrollo en los empresarios evaluados, y lo cual, tal como se demostró en la tesis, tiende

a generar efectos sobre la rentabilidad en el negocio, lo que se demostró también de acuerdo a la relación significativa calculada en la prueba de hipótesis.

Por otro lado, contar con una educación financiera adecuada permite mejorar la toma de decisiones de inversión y financiamiento, tal como también concuerda Trigoso (2017), y sobre todo a favor de las micro y pequeñas empresas, las cuales corresponden en su totalidad a la naturaleza de los negocios de la Asociación estudiada. De esta manera, a medida que se logre una mejor educación financiera, además de mejorar la rentabilidad de las empresas, es posible también propiciar una mejor capacidad para tomar decisiones a nivel financiero, lo que revela la importancia de este factor.

Cabe mencionar que, mejorar los indicadores de rentabilidad también se debe a la especialización no solamente de la gestión financiera, sino también de las demás áreas operativas, y ello demanda que los comerciantes deban realizar acciones de inversión que especialicen sus funciones, y con ello, tal como precisa Serrano (2017), conduzca a incrementar la rentabilidad como un efecto directo de dicha especialización, mejorando además las relaciones con los clientes y proveedores.

Apaza & Ccolque (2019), de forma similar han demostrado que la educación financiera y la rentabilidad guardan relación significativa, y ello

trasciende en diferentes tipos de negocios. Además, los autores ejecutaron la prueba de correlación de Rho Spearman, determinándose niveles altos de correlación y un valor de significancia menor de 0,05 tal como se determinó en la presente tesis.

En tanto, como explica Aro (2018), y de forma similar a la investigación, la educación financiera debe en gran medida facilitar que el comerciante cuente con una cultura financiera positiva, y ello promueve que los procesos del negocio se vean favorecidos mediante una adaptación al mercado cambiante, enfocado en satisfacer las demandas del mismo, y lo que brinda una oportunidad para garantizar el éxito del negocio a futuro.

En tal sentido, la educación financiera, la cual conduce a mejorar la toma de decisiones en inversión, planificación financiera, ahorro y responsabilidad frente al endeudamiento, además de permitir mejorar los rendimientos en términos de rentabilidad, también conllevan que el comerciante muestre mayor responsabilidad para tomar decisiones en otras áreas operativas, garantizando que se opte por procesos de calidad que satisfagan la demanda del mercado, y tal como precisa también Balboa (2017), impulsando una mejor percepción por parte de los clientes, quienes a medida que logran una mejor satisfacción de sus expectativas, pueden disponer continuar comprando en el negocio, garantizando así la rentabilidad y sostenibilidad del mismo en el tiempo.

Finalmente, en contraste con Arias (2020), y de forma similar como se detalló en la tesis, la cultura financiera es una necesidad imprescindible en las empresas evaluadas, y sobre todo en las microempresas tacneñas, y tal tiene una asociación directa no sólo con los resultados financieros sino también con la accesibilidad al sistema financiero, por lo que es necesario que se tome en cuenta desarrollar e impulsar el fortalecimiento de la cultura financiera a favor de la sostenibilidad de los negocios a futuro.

## Conclusiones

1. La educación financiera influye de forma significativa en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018, lo que se explica en función del valor de significancia menor de 0,05 y un R-cuadrado que explica la variabilidad de la rentabilidad sobre las ventas en un 25,08 % debido a la educación financiera. Dicho de otro modo, se evidencia estadísticamente una relación directa y moderadamente fuerte entre las variables, y, en consecuencia, a medida que la educación financiera sea más alta, la rentabilidad también será mayor en cierto grado. Es importante agregar que, la educación financiera implica comprender y aplicar procesos de planificación financiera, ahorro, endeudamiento responsable e inversión, los cuales en conjunto incidirán positivamente en la rentabilidad sobre las ventas de los negocios.
2. La planificación financiera influye de forma significativa en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018, lo que se determinó según el valor de significancia menor de 0,05 y un R-cuadrado que explica la variabilidad de la rentabilidad sobre las

ventas en un 34,73 % debido a la planificación financiera. En otras palabras, se demuestra estadísticamente una relación directa y moderadamente fuerte entre las variables, y, por consiguiente, a medida que la planificación financiera sea más alta, la rentabilidad también será mayor en cierto grado. Seguidamente cabe destacar que, la planificación financiera es un procedimiento que involucra el análisis de la situación financiera, el planteamiento de metas financieras, la preparación de presupuestos, el monitoreo de gastos e ingresos y la evaluación de la aplicación del presupuesto, los cuales, en su totalidad, influyen positivamente sobre la rentabilidad de los negocios.

3. El ahorro influye de forma significativa en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018, lo que se determinó según el valor de significancia menor de 0,05 y un R-cuadrado que explica la variabilidad de la rentabilidad sobre las ventas en un 37,83 % debido al ahorro. En ese sentido, se evidencia estadísticamente una relación directa y moderadamente fuerte entre las variables, y, en consecuencia, a medida que el ahorro sea más alto, la rentabilidad también será mayor en cierto grado. Es importante mencionar que, el ahorro implica que los comerciantes ejecuten medidas adecuadas para

la conservación de una parte del ingreso y al mismo tiempo efectúen acciones de búsqueda que les permitan disminuir los gastos, tales actividades afectarán de forma positiva a la utilidad sobre las ventas de los negocios.

4. El endeudamiento responsable se relaciona de forma significativa con la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchemo Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018, lo que se determinó según el valor de significancia menor de 0,05 y un R-cuadrado que explica la variabilidad de la rentabilidad sobre las ventas en un 17,29 % debido al endeudamiento responsable. En otras palabras, se demuestra estadísticamente una relación directa y relativamente débil entre las variables, y, por consiguiente, a medida que el endeudamiento responsable sea más alto, la rentabilidad también será mayor en cierto grado. Cabe resaltar que, el endeudamiento responsable involucra que los comerciantes realicen acciones de evaluación de costos y riesgos financieros antes de recurrir a una fuente de financiamiento externo, puesto que todo esto afectará de forma directa a las ganancias de los negocios.

5. La inversión se relaciona de forma significativa con la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018, lo que se demostró según el valor de significancia menor de 0,05 y un R-cuadrado que explica la variabilidad de la rentabilidad sobre las ventas en un 32,36 % debido a la inversión. En ese sentido, se evidencia estadísticamente una relación directa y moderadamente fuerte entre las variables, y, en consecuencia, a medida que la inversión sea más alta, la rentabilidad también será mayor en cierto grado. Es importante agregar que, la inversión implica que los comerciantes tengan la capacidad suficiente para invertir utilizando previamente la aplicación de metodologías que permitan prever los flujos de caja y seleccionar entre distintas actividades generadoras de beneficio, todo esto afectará de forma positiva a la utilidad de los negocios.

### **Recomendaciones**

1. Es preciso que los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchero Rossi del Distrito de Tacna, por iniciativa de la junta directiva, decidan la contratación de un asesor financiero, de especialidad Contador, que tenga por objetivo la programación y ejecución de un programa dirigido a los asociados en tópicos relativos a la gestión y educación financiera, a fin de que se siga mejorando en la administración de los ingresos y egresos generados a partir de las operaciones comerciales.
2. Los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchero Rossi del Distrito de Tacna, conjuntamente con el contador, de cada negocio, deberán ejecutar reuniones programadas para intercambiar conocimientos financieros e información proveniente de sus experiencias empresariales respecto a la planificación de las finanzas, lo cual contribuirá a la capacitación de los comerciantes en este aspecto. Asimismo, se aconseja a los comerciantes implementar o reforzar los procedimientos de planificación financiera a través del uso adecuado del presupuesto anual, con la finalidad de que puedan lograr sus metas financieras, además de que la información obtenida con este procedimiento les va a permitir tomar decisiones más fundamentadas.

3. Es preciso que, cada negocio cuente permanentemente con una caja en caso de emergencias o necesidades futuras, esto se lograra a través de la introducción del ahorro como parte de la política empresarial, estableciendo para ello porcentajes de ahorro a partir del ingreso obtenido, además, se recomienda a los comerciantes revisar y analizar periódicamente los gastos efectuados con el fin de eliminar gastos innecesarios e identificar otras formas de realizar sus actividades que le permitan conseguir un ahorro continuo.
  
4. Instar a los socios comerciantes no endeudarse de forma irresponsable, y para ello, en caso de ser necesario, adquirir deudas evaluando previamente los costos y riesgos financieros asociados a esta operación. Además, es favorable para los comerciantes que formalicen sus negocios (en el caso de que fueran empresas informales) ya que las tasas de interés de los préstamos a las MYPES suelen ser menores que los préstamos que son otorgados a personas naturales. Por otro lado, según la complejidad del instrumento de crédito, se aconseja que se recurra a un asesor contable o financiero que pueda evaluar la capacidad de apalancamiento máxima que podría asumir cada negocio, siendo por tanto su labor el filtro necesario para proceder a adquirir algún compromiso financiero.

5. Es preciso que, el asesor financiero a contratar por la Asociación, informe a los comerciantes sobre instrumentos de inversión actuales y sus respectivas metodologías de selección y valoración, en los que se les invite a tomar la decisión de invertir para mejorar procesos internos o expandir el negocio, con el objetivo de poder obtener mayores ingresos de forma responsable. En tal sentido, el contador también podrá disponer del soporte de otro especialista en el rubro de ciencias empresariales, que permita también capacitar a los comerciantes en temas de emprendimiento y plan de negocios.

## Referencias

- Abad, E. (12 de Febrero de 2008). *Instrumentos financieros*. Obtenido de AECA: <https://www.aeca.es/old/ponencias/EduardoAbad.pdf>
- ACCID. (2011). *Nuevas tendencias en financiación empresarial*. Profit Editorial.
- Acosta, N. (27 de Diciembre de 2018). *¿Qué significa margen de ganancia neta?* Obtenido de Cuida tu dinero: <https://www.cuidatudinero.com/13168161/que-significa-margen-de-ganancia-neta>
- Agentes Locales de Promoción Diputación de Almería. (2011). *Manual de financiación para empresas*. Obtenido de Diputación de Almería: [http://www.dipalme.org/servicios/anexos/anexos.nsf/Vanexos/4D48027446BB2350C125794A005D55DD/\\$file/Manual%20de%20financiacion%20para%20empresas.pdf](http://www.dipalme.org/servicios/anexos/anexos.nsf/Vanexos/4D48027446BB2350C125794A005D55DD/$file/Manual%20de%20financiacion%20para%20empresas.pdf)
- Amat, O. (s.f.). *Contabilidad y finanzas para dummies*. Obtenido de Portal PQS: [https://www.pqs.pe/sites/default/files/2016/11/aprendemas/contabilidad\\_y\\_finanzas\\_para\\_du\\_-\\_oriol\\_amat.pdf](https://www.pqs.pe/sites/default/files/2016/11/aprendemas/contabilidad_y_finanzas_para_du_-_oriol_amat.pdf)
- Andersen, A. (1999). *Diccionario de economía y negocios*. Madrid: Espasa Calpe.

- Ángel, E. (3 de Setiembre de 2008). *Reflexiones sobre el ahorro empresarial*. Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/opinion/eduardo-angel/reflexiones-ahorro-empresarial-132110>
- Apaza, M. (2009). *Elaboración e interpretación de los nuevos EE.FF. según NIIF y PCGE*. Lima: Grupo Acrópolis.
- Apaza, Y., & Ccolque, Y. (2019). *Educación Financiera y su relación con la Rentabilidad de la CMAC Huancayo, del distrito de Santiago, Periodo 2019*. Lima: Universidad César Vallejo.
- Aravena, F., & Cifuentes, M. (2013). *Políticas de riesgo financiero Banco Santander y Retail Falabella*. Chillán: Universidad del Bío-Bío.
- Arenal, C. (2019). *Operaciones Auxiliares en el punto de venta. MF1327*. Logroño: EDITORIAL TUTOR FORMACIÓN.
- Argudo, C. (12 de Setiembre de 2017). *¿Qué es la competitividad empresarial?* Obtenido de Emprendepyme.net: <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-competitividad-empresarial.html>
- Arias, G. (2020). *Impacto de la cultura financiera en el acceso al sistema financiero de las microempresas en la región Tacna, 2017*. Tacna: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.

- Aro, E. (2018). *La cultura financiera y la gestión de procesos de negocios en los microempresarios de los centros comerciales de Tacna, 2017*. Tacna: Universidad Privada de Tacna.
- Arrubla, M. (2016). Finanzas y educación financiera en las empresas familiares Pymes. *Sinapsis*, 99-118.
- ASBA. (s.f.). *Endeudamiento responsable*. Obtenido de ASBA: <https://www.asba-supervision.org/PEF/endeudamiento/endeudamiento-responsable.shtml>
- Asmundson, I., & Oner, C. (septiembre de 2012). *¿Qué es el dinero?* Obtenido de Fondo Monetario Internacional: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2012/09/pdfs/basics>.
- Baca, U. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Balboa, Y. (2017). *Influencia de la gestión de calidad en el nivel de rentabilidad de la Asociación agroindustrial olivarera de Sama, periodo 2015*. Tacna: Universidad Privada de Tacna.
- Banco BASE. (4 de mayo de 2018). *Pasos para alcanzar las metas financieras de tu negocio*. Obtenido de Grupo Financiero BASE: <https://blog.bancobase.com/pasos-para-alcanzar-las-metas-financieras-de-tu-negocio>
- Barrow, C. (2002). *Administre sus finanzas*. Pearson Educación.

Bautista, C. (2016). *Planeamiento financiero y su incidencia en la rentabilidad de tiendas Oeschle de la ciudad de Huancayo 2016 - 2019*. Huancayo: Universidad nacional dle centro del Perú.

Bautista, C. (2016). *Planeamiento financiero y su incidencia en la rentabilidad de tiendas Oeschle de la ciudad de Huancayo 2016 - 2019*. Huancayo: Universidad nacional del centro del Perú.

Betancourt, C. (s.f.). *Las operaciones bancarias activas en el Perú*. Obtenido de Congreso de la República: [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/05EDEE22BF2868E005257A940076FB5B/\\$FILE/contratos\\_bancarios.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/05EDEE22BF2868E005257A940076FB5B/$FILE/contratos_bancarios.pdf)

Bodie, Z., & Merton, R. (2004). *Finanzas*. México: Pearson Educación.

Bravo, J. (2006). Sistema Tributario Peruano: Situación Actual y Perspectivas. *Derecho & Sociedad*, 86-88.

Buireu, J. (2007). *Prontuario contable*. Valencia: Editorial CISS.

Buján, A. (04 de Julio de 2018). *Gastos de administración*. Obtenido de Enciclopedia Financiera: <https://www.encyclopediainanciera.com/definicion-gastos-de-administracion.html>

Cajamarca, L. (2020). *El nivel de cultura financiera de los propietarios de talleres automotrices del centro de la ciudad de Guayaquil y su*

*impacto en los niveles de rentabilidad de su negocio.* Guayaquil:  
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

Calleja, F. (18 de agosto de 2016). *¿Qué es la situación financiera?*  
Obtenido de CONTEXTO: <https://contexto.udlap.mx/que-es-la-situacion-financiera/>

Cárdenas, R. (2008). *Presupuestos.* México: McGraw-Hill.

Cárdenas, R. (2016). *Costos 1.* México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Castro, M. (9 de julio de 2021). *¿Qué es la educación financiera y las finanzas personales?* Obtenido de TRIBUTI:  
<https://www.tributi.com/mis-finanzas-personales/que-son-las-finanzas-personales-y-la-educacion-financiera#:~:text=La%20educaci%C3%B3n%20financiera%20es%20la,su%20comprensi%C3%B3n%20de%20las%20finanzas.>

Comisión de las comunidades europeas. (18 de Diciembre de 2007). *Comunicación de la comisión.* Obtenido de EUR-Lex: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52007DC0808&from=ES>

Comisión Nacional del Mercado de Valores y Banco de España. (2008). *Plan de Educación Financiera 2008-2012.* Madrid: Artegraf S.A.

Comité Económico y Social Europeo. (2016). *Educación financiera para todos*. Madrid: Unidad de Visitas y Publicaciones.

Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad. (2009). *Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES)*. Obtenido de Ministerio de Economía y Finanzas: [https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta\\_public/con\\_nor\\_co/vigentes/niif/NIIF\\_PYMES.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/vigentes/niif/NIIF_PYMES.pdf)

Cruz, A. (22 de Febrero de 2013). *Educación financiera indispensable para los empresarios*. Obtenido de Pymempresario: <https://www.pymempresario.com/2013/02/educacion-financiera-indispensable-para-las-empresas/>

Del Río, C. (2009). *El presupuesto*. Mexico: CENGAGE LEARNING EDITORES.

Domínguez, J. (Mayo de 2013). *Educación financiera para Jóvenes: Una visión introductoria*. Obtenido de Universidad de Alcalá: [http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT\\_05\\_13.pdf](http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_05_13.pdf)

Donoso, A. (s.f.). *Crédito personal*. Obtenido de Economipedia: haciendo la economía fácil: <https://economipedia.com/definiciones/credito-personal.html>

- Donoso, A. (s.f.). *Renting*. Obtenido de Economipedia: haciendo la economía fácil: <https://economipedia.com/definiciones/renting.html>
- EALDE. (28 de Febrero de 2018). *Principales fuentes en la Gestión de Riesgos Financieros*. Obtenido de EALDE Business School: <https://www.ealde.es/gestion-de-riesgos-financieros/>
- EDUFIEMP. (s.f.). *Los beneficios de la educación financiera*. Obtenido de Portal de educación financiera para empresarios y emprendedores: <http://www.edufinet.com/edufiemp-cabecera/educacion-financiera/los-beneficios-de-la-educacion-financiera>
- El Olympo. (s.f.). *Definición y tipos de Política Empresarial*. Obtenido de El Olympo: <https://elolympo.com/propiedad-horizontal/gestion-administrativa/27-procesos-administrativos/225-definicion-y-tipos-de-politica-empresarial>
- Emery, D., Finnerty, J., & Stowe, J. (2000). *Fundamentos de administración Financiera*. Pearson Educación.
- Entrepreneur. (2010). *Finanzas personales fuera del negocio*. Entrepreneur.
- Escribano, G. (2011). *Gestión financiera*. Madrid: Ediciones Paraninfo SA.
- Estupiñán, R. (2012). *Estados Financieros Básicos bajo NIC/NIIF*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

- Fabela, M. (1995). *Toma de decisiones en administración*. San Nicolás de los Garza, N. L.: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Flores, J. (2000). *Contabilidad gerencial*. Lima: CECOF Asesores.
- Fremgen, J. (1976). *Accounting for managerial analysis*. Irwin.
- Fundación IFRS. (Junio de 2013). *Una Guía para Micro Entidades que apliquen la NIIF para las PYMES (2009)*. Obtenido de NIC-NIIF: [www.nicniif.org/home/descargar-documento/1876-micro-entidades-espanol.html](http://www.nicniif.org/home/descargar-documento/1876-micro-entidades-espanol.html)
- García, I. (2009). *Introducción a la contabilidad*. Universidad de Salamanca.
- García, I. (18 de Octubre de 2017). *Definición de Tasa Interna de Retorno (TIR)*. Obtenido de Economíasimple.net: <https://www.economiasimple.net/glosario/tasa-interna-de-retorno-tir>
- Gestión financiera. (20 de Junio de 2018). *¿Qué es una cuenta de crédito?* Obtenido de Asociación Red Autónomos: <https://redautonomos.es/gestion-financiera/poliza-cuenta-credito>
- Gitman, L. (2003). *Principios de administración financiera*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de administración financiera*. México: Pearson Educación.
- Guzmán, A., Guzmán, D., & Romero, T. (2005). *Contabilidad financiera*. Bogotá: Centro Editorial de la Universidad del Rosario.

- Hernández, B. (2000). *Bolsa y estadística bursátil*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Hernández, R. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Horngren, C., Harrison, W., & Bamber, L. (2003). *Contabilidad*. México: Pearson Educación.
- IASB. (2009). *La Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades*. Londres: IASB.
- IASB. (Septiembre de 2010). *El Marco Conceptual para la Información Financiera*. Obtenido de Ministerio de Economía y Finanzas: [https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta\\_public/con\\_nor\\_co/vigentes/niif/marco\\_conceptual\\_financiera2014.pdf](https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/vigentes/niif/marco_conceptual_financiera2014.pdf)
- Iborra, M., Dasí, Á., Dolz, C., & Ferrer, C. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Instituto de Emprendimiento Avanzado. (13 de Septiembre de 2018). *Educación financiera para emprendedores. ¿Qué es y cuáles son sus beneficios?* Obtenido de Instituto de Emprendimiento Avanzado: <https://ieavanzado.com/blog/formacion/educacion-financiera-para-emprendedores>
- Instituto nacional de estadística e informática. (s.f.). *Indicadores de rentabilidad*. Obtenido de INEI:

[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib0932/cap06.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0932/cap06.pdf)

Jallath, E., & Negrín, J. (Agosto de 2001). *Evolución y estructura de los medios de pago distintos al efectivo en México*. Obtenido de Banco de México: <http://www.anterior.banxico.org.mx/publicaciones-y-discursos/publicaciones/documentos-de-investigacion/banxico/%7B24B03F28-CF5A-2056-D55D-40574D6A5FED%7D.pdf>

Juárez, A. (2011). *Uso de indicadores financieros para evaluar el impacto de las Prácticas de Alta Implicación*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4787171>

Leines, R., & Caicedo, S. (2012). *Propuesta para mejorar la rentabilidad de la Asociación Santo Domingo de artesanos carpinteros de la ciudad de Quito dedicadas a la fabricación de muebles de madera*. Quito: Universidad Central del Ecuador.

López-Jurado, M., Gracia, M., Yagüez, M., & Merigó, J. (2008). *Guía práctica de economía de la empresa I: empresa y entorno*. Barcelona: Universidad de Barcelona.

Magallón, R. (2015). *Costos de comercialización*. Ciudad de México, D.F.: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Manrique, G. (19 de Setiembre de 2017). *Educación financiera - módulo de ahorros*. Obtenido de Red Katalysis: <https://redkatalysis.org/wp-content/uploads/2018/06/MANUAL-EDUCACION-FINANCIERA-REDKAT.pdf>

Martínez, D., López, N., & Suárez, J. (s.f.). *Elementos conceptuales para la evaluación de inversiones*. Obtenido de Monografias.com: <https://www.monografias.com/trabajos101/elementos-conceptuales-evaluacion-inversiones/elementos-conceptuales-evaluacion-inversiones2.shtml>

Matos, A. (14 de Diciembre de 2018). Seminario cierre contable tributario del impuesto a la renta 2018. *Concepto de Impuesto a la Renta y sus implicancias y relación con regímenes especiales, sectoriales y las normas internacionales de información financiera*. Tacna, Tacna, Perú: Colegio de Contadores Públicos de Tacna.

Mejias, A. (13 de Marzo de 2019). *¿Qué es la utilidad bruta?* Obtenido de Cuida tu dinero: <https://www.cuidatudinero.com/13180591/que-es-la-utilidad-bruta>

Mejias, A. (18 de Marzo de 2019). *Definiciones de ventas netas y ventas brutas*. Obtenido de Cuida tu dinero: <https://www.cuidatudinero.com/13099064/definiciones-de-ventas-netas-y-ventas-brutas>

Mendoza, C., & Ortiz, O. (2016). *Contabilidad financiera para contaduría y administración*. Barranquilla: Editorial Universidad del Norte.

Miquel, A. (2015). *La medición del bienestar económico a través de las macromagnitudes de la contabilidad nacional*. Obtenido de Redalyc.org: <https://www.redalyc.org/pdf/174/17443378002.pdf>

Mires, D. (2018). *Planeación financiera y su influencia en la rentabilidad de la empresa comercial Dent Import S.A. del distrito de Lince*. Lima: Universidad peruana de las Américas.

Mokate, K. (Junio de 1999). *Eficacia, eficiencia, equidad y sostenibilidad: ¿Qué queremos decir?* Obtenido de CEPAL: [https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/gover\\_2006\\_03\\_eficacia\\_eficiencia.pdf](https://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/gover_2006_03_eficacia_eficiencia.pdf)

Montserrat, P. (21 de Marzo de 2018). *Definición de hipoteca y préstamo hipotecario*. Obtenido de iAhorro: <https://www.iahorro.com/hipotecas/definicion-hipoteca-y-prestamo-hipotecario.htm>

Moreno, R. (s.f.). *Cómo crear un plan de ahorro*. Obtenido de Financer.com: <https://financer.com/mx/finanzas-personales/como-crear-un-plan-de-ahorro/>

Mueller, A. (20 de diciembre de 2016). *Diez leyes fundamentales de la economía*. Obtenido de Mises Institute:

<https://mises.org/es/wire/diez-leyes-fundamentales-de-la-econom%C3%ADa>

Muñiz, L. (2009). *Control presupuestario*. Barcelona: Profit Editorial.

Nogueira, A. (7 de Enero de 2019). *Retorno de inversión (ROI): ¿qué es y cómo calcular esta métrica financiera de tu negocio?* Obtenido de Hotmart / Blog: <https://blog.hotmart.com/es/retorno-de-inversion-y-como-calcularlo/>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (Julio de 2005). *Recomendación sobre los Principios y Buenas Prácticas de Educación y Concienciación Financiera*. Obtenido de OECD: [https://www.oecd.org/daf/fin/financialeducation/\[ES\]%20Recomendaci%C3%B3n%20Principios%20de%20Educaci%C3%B3n%20Financiera%202005.pdf](https://www.oecd.org/daf/fin/financialeducation/[ES]%20Recomendaci%C3%B3n%20Principios%20de%20Educaci%C3%B3n%20Financiera%202005.pdf)

Pérez, S., & Pérez, F. (2016). Planificación financiera de las empresas: el rol de los impuestos o tributos. *Publicando*, 563-578.

Pérez-Carballo, J. (2010). *Diagnóstico económico-financiero de la empresa*. Madrid: ESIC Editorial.

Prieto, E. (1975). Decisiones de inversión: análisis de los aspectos mas significativos. *SEGUROS*, 149.

Puente, M., Viñán, J., & Aguilar, J. (2017). *Planeación financiera y presupuestaria*. Riobamba: Editorial Politécnica ESPOCH.

Ramirez, D. (1994). *Contabilidad administrativa*.

Red Financiera BAC - CREDOMATIC. (2008). *Libro maestro de educación financiera*. San José: Innova Technology, S.A.

Redacción Mundo Ejecutivo. (29 de Marzo de 2017). *8 recomendaciones para fomentar el ahorro en tu empresa*. Obtenido de Mundo ejecutivo: <http://m.mundoejecutivo.com.mx/pymes/2017/03/29/8-recomendaciones-fomentar-ahorro-tu-empresa>

Reviso. (s.f.). *¿Qué es una obligación?* Obtenido de Reviso: <https://www.reviso.com/es/que-es-una-obligacion>

Reyes, E. (2005). *Contabilidad de costos*. México, D.F.: Editorial Limusa.

Rim, J.-Y., & John, R. (2003). *Manual de consulta sobre el ahorro de grupo*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura: <http://www.fao.org/3/a-y4094s.pdf>

Riquelme, M. (5 de Octubre de 2012). *Ratios Financieros: La Rentabilidad*. Obtenido de Web y empresas: <https://www.webyempresas.com/ratios-financieros-la-rentabilidad/>

Roldán, P. (s.f.). *Confirming*. Obtenido de Economipedia: haciendo la economía fácil: <https://economipedia.com/definiciones/confirming.html>

- Roldán, P. (s.f.). *Utilidad neta*. Obtenido de Economipedia: haciendo la economía fácil: <https://economipedia.com/definiciones/utilidad-neta.html>
- Romero, V. (30 de noviembre de 2017). *La importancia de la educación financiera para los emprendedores*. Obtenido de Ruiz-Healy Times: <https://www.ruizhealytimes.com/economia-y-negocios/la-importancia-de-la-educacion-financiera-para-los-emprendedores>
- Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2010). *Fundamentos de finanzas corporativas*. México: McGraw-Hill.
- Sallenave, J.-P. (2002). *Gerencia y planeación estratégica*. Bogotá: Editorial Norma S.A.
- Sallenave, J.-P. (2002). *La gerencia integral*. Bogotá: Editorial Norma S.A.
- Sanz, I. (2016). *Procesos de gestión de departamentos del área de alojamiento*. Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A.
- Serrano, M. (2017). *Cadena de suministros para mejorar la rentabilidad en las empresas de la Asociación de Curtiembres ecológicas de Trujillo 2014 - 2015"*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Servicio de impuestos internos. (s.f.). *Diccionario básico tributario contable*. Obtenido de SII - Servicio de impuestos internos: [http://www.sii.cl/diccionario\\_tributario/dicc\\_v.htm](http://www.sii.cl/diccionario_tributario/dicc_v.htm)

Sevilla, A. (s.f.). *Depósito bancario*. Obtenido de Economipedia: haciendo la economía fácil: <https://economipedia.com/definiciones/deposito-bancario.html>

Sevilla, A. (s.f.). *Inflación*. Obtenido de Economipedia: haciendo la economía fácil: <https://economipedia.com/definiciones/inflacion.html>

Sevilla, A. (s.f.). *Margen bruto*. Obtenido de Economipedia: haciendo la economía fácil: <https://economipedia.com/definiciones/margen-bruto.html>

Sevilla, A. (s.f.). *PER ratio*. Obtenido de Economipedia: haciendo la economía fácil: <https://economipedia.com/definiciones/per-ratio.html>

Sevilla, A. (s.f.). *Plazo de recuperación o payback descontado*. Obtenido de Economipedia: haciendo la economía fácil: <https://economipedia.com/definiciones/plazo-de-recuperacion-descontado.html>

Tirado, J. (s.f.). *Management: cinco formas para disminuir gastos y generar ahorro en su empresa*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/economia/management-empleo/management-5-formas-para-disminuir-gastos-y-generar-ahorro-en-su-empresa-noticia/>

Torres, A., Guerrero, F., & Paradas, M. (2017). Financiamiento utilizado por las pequeñas y medianas empresas ferreteras. *C/CAG*, 291-295.

- Tramon, D. (s.f.). *Manual de educación financiera*. Santiago de Chile: Isa María Haid Domínguez.
- Trigoso, A. (2017). *Incidencia de la educación financiera en la toma de decisiones de inversión y financiamiento de las micro y pequeñas empresas (MYPES) en la ciudad de Huaraz, 2014*. Huaraz: Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo.
- Van Horne, J., & Wachowicz, J. (2010). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Ventura, E., & Zarate, K. (Diciembre de 2021). *La educación financiera en los microempresarios peruanos*. Obtenido de Superintendencia de banca, seguros y AFP: <https://www.sbs.gob.pe/Portals/4/jer/PUB-NOTA-POLITUCA/NOTA%20SBS%208%20Diagramada.pdf>
- Villada, F., Lopez, J., & Muñoz, N. (2016). *El papel de la educación financiera en la formación de profesionales de la Ingeniería*. La Serena: Centro de Información Tecnológica Chile.
- Vinces, V. (2010). *Análisis e interpretación de los Estados Financieros*. Lima: Vicerrectorado de Investigación.
- Zans, W. (2009). *Estados financieros*. Lima: Editorial San Marcos E.I.R.L.
- Zeballos, E. (2017). *Contabilidad general*. Arequipa: Erly Zeballos Zeballos.

Zosa, G., & Plúa, G. (2017). *Educación Financiera en la Asociación Interprofesional de Ebanistas del Cantón Jipijapa*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

## **Anexos**

### Anexo 1: Matriz de Consistencia

**La educación financiera y la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018**

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR
<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>	Variable independiente: La educación financiera	Planificación financiera	Situación financiera
¿Cómo influye la educación financiera en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018?	Determinar la influencia de la educación financiera en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.	La educación financiera influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.			Metas financieras
					Preparación de presupuesto
					Monitoreo de gastos e ingresos
					Evaluación de la aplicación del presupuesto
				Ahorro	Conservación de una parte del ingreso
<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>	Búsqueda de maneras de disminuir gastos		
• ¿Cómo influye la planificación financiera en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchero Rossi del Distrito	• Determinar la influencia de la planificación financiera en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchero Rossi del	• La planificación financiera influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis	Endeudamiento responsable	Costos de financiamiento	
				Riesgos financieros	
			Inversión	Métodos estáticos	

<p>de Tacna en el periodo 2018?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿En qué medida el ahorro influye en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banhero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018?</li> <li>• ¿Por qué el endeudamiento responsable influye en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banhero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018?</li> <li>• ¿Cómo influye la inversión en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banhero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018?</li> </ul>	<p>Distrito de Tacna en el periodo 2018.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar la influencia del ahorro en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banhero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.</li> <li>• Evaluar la influencia del endeudamiento responsable en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banhero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.</li> <li>• Determinar la influencia de la inversión en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banhero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.</li> </ul>	<p>Banhero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El ahorro influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banhero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.</li> <li>• El endeudamiento responsable influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banhero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.</li> <li>• La inversión influye significativamente en la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banhero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.</li> </ul>	<p>Variable dependiente: La rentabilidad sobre las ventas</p>		Métodos dinámicos
		Margen de ganancias brutas		Ganancia bruta	
		Margen de ganancia neta		Ventas netas	
				Ganancia neta después de impuesto	
				Ventas netas	
MÉTODO Y DISEÑO		POBLACIÓN Y MUESTRA		TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	
Tipo de investigación:	Básica	Población:	54 comerciantes	Técnica:	Encuesta
Diseño de investigación:	No experimental, Transversal	Muestra:	54 comerciantes (censo)	Instrumentos:	Cuestionario
Nivel de investigación:	Explicativo			Tratamiento estadístico:	SPSS Windows Versión XXIV

## Anexo 2: Cuestionarios

### Cuestionario 1: Educación financiera

El presente cuestionario es de fines académicos, para la realización de la tesis titulada “La educación financiera y la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.”, para optar por el título profesional de Contador de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.

El objetivo es evaluar la variable “Educación financiera” con el fin de conocer cuál es el diagnóstico de los empresarios de dicha asociación en relación a la gestión de sus finanzas. Para ello a continuación se propone una serie de preguntas que son de carácter anónimo, para lo que se le solicita marcar con una “X” según corresponda a la operatividad de su empresa, donde:

1: Nada            2: Poco            3: Algo            4: Bastante            5: Mucho

#### EDUCACIÓN FINANCIERA

Indicadores	Ítems	1	2	3	4	5
<b>Planificación financiera</b>						
Situación financiera	1. ¿Distingue claramente los conceptos de activo, pasivo y patrimonio?					
	2. ¿Sabe usted que la medición de la liquidez sirve para pagar deudas a corto plazo?					
Metas financieras	3. ¿Tiene conocimiento de que es una meta financiera?					
	4. ¿Sabe qué condiciones hay que tener en cuenta para plantear metas financieras en la empresa?					
Preparación de presupuesto	5. ¿Está informado sobre lo que es un presupuesto?					
	6. ¿Conoce las ventajas de elaborar correctamente un presupuesto de ingresos y gastos?					
Monitoreo de gastos e ingresos	7. ¿Tiene conocimiento de que son los ingresos y gastos?					
	8. ¿Sabe en qué consiste el monitoreo de gastos e ingresos durante la ejecución del presupuesto?					
Evaluación de la aplicación del presupuesto	9. ¿Realiza usted una comparación de los ingresos reales y los ingresos planificados?					
	10. ¿Realiza usted una comparación de los gastos reales y los gastos planificados?					
<b>Ahorro</b>						
Conservación de una parte del ingreso	11. ¿De los ingresos obtenidos en la empresa destina un porcentaje para el ahorro?					
	12. ¿Conoce cuál es el procedimiento para elaborar planes de ahorro?					

Indicadores	Ítems	1	2	3	4	5
Búsqueda de maneras de disminuir gastos	13. ¿En la empresa existe una cultura enfocada en tratar de disminuir gastos que resulten innecesarios?					
	14. ¿Efectúa la compra de mercaderías al por mayor con el fin de ahorrar?					
<b>Endeudamiento responsable</b>						
Costos de financiamiento	15. ¿Sabe cuáles son los aspectos que conforman los costos de financiamiento?					
	16. ¿Tiene conocimiento de que es la tasa efectiva anual de un crédito comercial?					
Riesgos financieros	17. ¿Tiene nociones de que son los riesgos financieros?					
	18. ¿Sabe cómo manejar los riesgos financieros provenientes de las obligaciones financieras con terceros?					
<b>Inversión</b>						
Métodos estáticos	19. ¿Tiene conocimiento de que es una inversión?					
	20. ¿Sabe usted que los métodos estáticos sirven para seleccionar entre distintas opciones de inversión?					
Métodos dinámicos	21. ¿Tiene conocimiento de que existen tipos de inversión?					
	22. ¿Sabe usted que los métodos dinámicos sirven para elegir entre distintas opciones de inversión?					

¡MUCHAS GRACIAS!

## Cuestionario 2: Rentabilidad sobre las ventas

El presente cuestionario es de fines académicos, para la realización de la tesis titulada “La educación financiera y la rentabilidad sobre las ventas de los comerciantes de la Asociación Comercial Luis Banchero Rossi del Distrito de Tacna en el periodo 2018.”, para optar por el título profesional de Contador de la Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann.

El objetivo es evaluar la variable “Rentabilidad sobre las ventas” con el fin de conocer cuál es el diagnóstico de los empresarios de dicha asociación en relación a la gestión de sus finanzas. Para ello a continuación se propone una serie de preguntas que son de carácter anónimo, para lo que se le solicita marcar con una “X” según corresponda a la operatividad de su empresa, donde:

1: Nada          2: Poco          3: Algo          4: Bastante          5: Mucho

<b>RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS</b>						
<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Margen de ganancias brutas</b>						
Ganancia bruta	1. ¿Tiene conocimiento de que es la ganancia bruta?					
	2. ¿Sabe usted que el costo de ventas influye en la determinación de la ganancia bruta?					
	3. ¿Efectúa diversas cotizaciones para optimizar el costo de adquisición de las mercaderías que se venden?					
Ventas netas	4. ¿Tiene conocimiento de que son las ventas netas?					
	5. ¿Efectúa una proyección de ventas al inicio del periodo?					
	6. ¿El volumen de ventas que realizó su empresa es el que se esperaba?					
<b>Margen de ganancia neta</b>						
Ganancia neta después de impuestos	7. ¿Tiene nociones de que es la ganancia neta?					
	8. ¿Sabe usted cuál es la importancia de determinar con exactitud la ganancia neta?					
	9. ¿Sabe identificar cuáles son los gastos de venta y administración de su empresa?					

*¡MUCHAS GRACIAS!*

**Anexo 3: Relación de socios de la Asociación Luis Banchemo Rossi**

**PADRON DE SOCIOS L.B.R. 2018**

**RELACION NOMINAL DE SOCIOS ASOCIACION DE COMERCIANTES MINORISTAS**  
**"LUIS BANCHERO ROSSI" - TACNA 2018**  
**Fundado el 22/03/1988. Reg. 16/08/1988. RPJ N° 522**

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	N° PUESTO	N° PADRON
01	Cardenas Limache Nelson Milian	01,02	133
02	Limache Quenta Herrinia	03,04,35,36	152
03	Acero Mamani René	06,07,11	129
04	Mamani Parillo Dionisia Timotea	08,09	159
05	Garcia Castro Delia Modesta	10	167
06	Acero Mamani Monica	05,12,13	135
07	Acero Mamani Yolanda Guadalupe	14,19	128
08	Ticona Inquilla Rosendo	15	127
09	Mamani Osedo Sabina	16	149
10	Ticacala Palli Josefina	17	148
11	Huarahuara de Antesana Elena Mercedes	18	130
12	Chipana de Laura Faustina	20, 21A	141
13	Mamani Tarqui Edgar Napoleon	21B	170

ASPECOMIN  
 LUIS BANCHERO ROSSI  
 Abel B. Cardenas Chambe  
 PRESIDENTE

14	Mamani Laura Martina	22	143
15	Flores Aduvire Valentina	23	173
16	Acarapi Aguilar Julia	24	140
17	Santos Apaza Timoteo	25	138
18	Calizaya Pacoricona Nicolasa	26	165
19	Cutipa de Santos Dionisia	27	172
20	Quispe Laquita Renzo Joel	28	176
21	Mamani Yujra Esperanza	29,31,32	163
22	Sosa de Caceres Elvira	30	123
23	Cardenas Chambe Sergio	33,34	142
24	Larico Velasquez Catalina	37	136
25	Deysi Maribel Cutipa Navarro	38	132
26	Navarro Huanacuni Juana Ines	39,57	131
27	Cutipa Cutipa Ruperto	40	134
28	Cori Coaquira Rosa Lorenza	41	153
29	Flores Marquez Adela	42	169
30	Palomino Asencio Hilda	43	174
31	Flores Gil Julio	44	
32	Nina Herrera Cecilia	45	146
33	Ginez Flores Florita	46	160
34	Machaca Avendaño Ana Maria	47	161
35	Mamani Cachicatari Maria Cristina	48	156

ASPECOMIN  
 LUIS BANCHERO ROSSETI  
 Abel B. Cardenas Chambe  
 PRESIDENTE

36	Fernandez Apaza Lucio	49	145
37	Tairo Pichuila Elizabeth	50	166
38	Quenta Cardenas Delsa Seliria	51	157
39	Rojas Apaza Haydee Janeth	52	
40	Cardenas Chambi Abel Benjamin	53,54	151
41	Roque Alanoca Otilia	55,56	125
42	Mamani Maquera Martina	58	147
43	Mamani Nina Maria	59A	168
44	Ricapa Cordova Edyth Lourdes	60,61	124
45	Mamani Huallpa Marcelina	62	144
46	Mamani Wiracocha Lelia	63	158
47	Jarra Condori Rosa Ana	64	
48	Paredes Choque Adela Graciela	65	139
49	Mamani Pilco Sabino	66	154
50	Cachicatari de Mamani Manuela	67	155
51	Condori Orocollo Liliana Teresa	68	150
52	Huanca Alave Gumercinda	69,70	162
53	Ninaja Choque Hermelinda Valentina	71	171
54	Chura Choque Rutilia	72	164

ASPECOMIN  
LUIS BANCHERO ROSSI

Abel B. Cardenas Chambe  
PRESIDENTE

## Anexo 4: Alfa de Cronbach

### Instrumento que mide la educación financiera

#### Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Casos Válidos	54	100,00
Excluidos (a)	0	0,00
Total	54	100,00

(a) Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,926	22

### Instrumento que mide la rentabilidad sobre las ventas

#### Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Casos Válidos	54	100,00
Excluidos (a)	0	0,00
Total	54	100,00

(a) Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

#### Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,894	9

## Anexo 5: Validación de juicio de expertos

### Instrumento 1: Educación financiera

#### Experto 1

Tacna, 05 de enero del 2023

#### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

##### I DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): VELARDE HERENCIA MANUEL
- 1.2. Grado Académico: DOCTOR EN CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS
- 1.3. Profesión: CONTADOR PÚBLICO
- 1.4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN
- 1.5. Cargo que desempeña: DECANO DE FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y EMPRESARIALES
- 1.6. Denominación del Instrumento:  
CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA EDUCACIÓN FINANCIERA DE LOS COMERCIANTES DE LA ASOCIACIÓN COMERCIAL LUIS BANCHERO ROSSI
- 1.7. Autor del instrumento: YAMELIN FABIOLA CHOQUE PILCO
- 1.8. Carrera Profesional: CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

##### II VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
<b>SUMATORIA PARCIAL</b>					24	
<b>SUMATORIA TOTAL</b>					24	

**III RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN**3.1. Valoración total cuantitativa: 243.2. Opinión: FAVORABLE  DEBE MEJORAR NO FAVORABLE 

3.3. Observaciones: \_\_\_\_\_

---

---

---

---

2

Tacna, 05 de enero del 2023.

Firma

## Experto 2

Tacna, 29 de diciembre del 2022

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Begazo Zegovia José Manuel
- 1.2. Grado Académico: Maestro en ciencias: Contabilidad: Auditoría
- 1.3. Profesión: Contador Público
- 1.4. Institución donde labora: UNJBG
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente
- 1.6. Denominación del Instrumento:  
CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA EDUCACIÓN FINANCIERA DE LOS COMERCIANTES DE LA ASOCIACIÓN COMERCIAL LUIS BANCHERO ROSSI
- 1.7. Autor del instrumento: YAMELIN FABIOLA CHOQUE PILCO
- 1.8. Carrera Profesional: CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

#### II VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				✓	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				✓	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				✓	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				✓	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				✓	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				✓	
<b>SUMATORIA PARCIAL</b>					24	
<b>SUMATORIA TOTAL</b>		24				

**■ RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN**

3.1. Valoración total cuantitativa: 24

3.2. Opinión: FAVORABLE SÍ DEBE MEJORAR \_\_\_\_\_

NO FAVORABLE \_\_\_\_\_

3.3. Observaciones: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2

Tacna, 27 de diciembre del 2022.

\_\_\_\_\_  
Firma  
cel. 976695513

## Experto 3

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): BURNEO ALVARÓN RENATO RODOLFO  
 1.2. Grado Académico MAGISTER  
 1.3 Profesión: ING. COMERCIAL  
 1.4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN  
 1.5. Cargo que desempeña, DOCENTE EN ÁREA DE INVESTIGACIÓN  
 1.6 Denominación del Instrumento:  
 CUESTIONARIO PARA MEDIR LA EDUCACIÓN FINANCIERA  
 1.7. Autor del instrumento: Bach. Yamelin Fabiola Choque Pilco  
 1.8 Carrera Profesional: Contabilidad

#### II VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	
		1	2	3	4	5	
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X		
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X		
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X	
<b>SUMATORIA PARCIAL</b>					8	20	
<b>SUMATORIA TOTAL</b>							28

**III RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN**3.1. Valoración total cuantitativa: 283.2. Opinión: FAVORABLE  DEBE MEJORAR NO FAVORABLE 

3.3. Observaciones: \_\_\_\_\_

---

---

---

2

Tacna, 29 de diciembre de 2022

\_\_\_\_\_  
Firma

## Instrumento 2: Rentabilidad sobre las ventas

### Experto 1

Tacna, 05 de enero del 2023

#### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

##### I DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): VIELARDE HERENCIA MANUEL  
 1.2. Grado Académico: DOCTOR EN CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS  
 1.3. Profesión: CONTADOR PÚBLICO  
 1.4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN  
 1.5. Cargo que desempeña: DECANO DE FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y EMPRESARIALES  
 1.6 Denominación del Instrumento:  
 CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS DE LOS COMERCIANTES DE LA ASOCIACIÓN COMERCIAL LUIS BANCHERO ROSSI  
 1.7. Autor del instrumento: YAMELIN FABIOLA CHOQUE PILCO  
 1.8 Carrera Profesional: CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

##### II VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Buena	Muy Buena
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					24	
SUMATORIA TOTAL					24	

III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

3.1. Valoración total cuantitativa: 24

3.2. Opinión: FAVORABLE  DEBE MEJORAR

NO FAVORABLE

3.3. Observaciones: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2

Tacna 25 de enero del 2023.

  
Firma

## Experto 2

Tacna, 29 de diciembre del 2022

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Begazo Zegovia José Manuel
- 1.2. Grado Académico: Maestro en ciencias: Contabilidad: Auditoría
- 1.3. Profesión: Contador Público
- 1.4. Institución donde labora: UNJBG
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente
- 1.6 Denominación del Instrumento:  
CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS DE LOS COMERCIANTE DE LA ASOCIACIÓN COMERCIAL LUIS BANCHERO ROSSI
- 1.7. Autor del instrumento: YAMELIN FABIOLA CHOQUE PILCO
- 1.8 Carrera Profesional: CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS

#### II VALIDACIÓN

1

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles				X	
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría				X	
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable				X	
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados				X	
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento				X	
SUMATORIA PARCIAL					24	
SUMATORIA TOTAL		24				

**III RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN**

3.1. Valoración total cuantitativa: 24

3.2. Opinión: FAVORABLE SÍ DEBE MEJORAR \_\_\_\_\_

NO FAVORABLE \_\_\_\_\_

3.3. Observaciones: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2

Tacna, 21 de diciembre del 2022.

  
Firma  
Celular 976695513

## Experto 3

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### **IV. DATOS GENERALES:**

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): BURNEO ALVARÓN RENATO RODOLFO  
 1.2. Grado Académico MAGISTER  
 1.3 Profesión: ING. COMERCIAL  
 1.4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL JORGE BASADRE GROHMANN  
 1.5. Cargo que desempeña: DOCENTE EN ÁREA DE INVESTIGACIÓN  
 1.6 Denominación del Instrumento:  
 CUESTIONARIO PARA MEDIR LA RENTABILIDAD  
 1.7. Autor del instrumento: Bach. Yamelin Fabiola Choque Pilco  
 1.8 Carrera Profesional: Contabilidad

#### **V. VALIDACIÓN**

**1**

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
<b>1. CLARIDAD</b>	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión				X	
<b>2. OBJETIVIDAD</b>	Están expresados en conductas observables, medibles					X
<b>3. CONSISTENCIA</b>	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					X
<b>4. COHERENCIA</b>	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					X
<b>5. PERTINENCIA</b>	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					X
<b>6. SUFICIENCIA</b>	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					X
<b>SUMATORIA PARCIAL</b>					4	25
<b>SUMATORIA TOTAL</b>		29				



## Anexo 6: Evaluación de validación de juicio de expertos

### Instrumento 1: Educación financiera

ÍTEM	EXPERTO 1 Manuel Velarde Herencia	EXPERTO 2 José Begazo Zegovia	EXPERTO 3 Renato Rodolfo Burneo Alvarón	PROMEDIO POR ÍTEM	DIFERENCIA MAYOR VALOR - PROMEDIO	DISTANCIA DE PUNTOS MÚLTIPLES (DDP)	DIFERENCIA DEL MAYOR VALOR -1	CÁLCULO D <sub>máx</sub> (Distancia Máxima)
				a	b			e=d <sup>2</sup>
1	4	4	4	4.00	0.00	0.00	3	9.00
2	4	4	5	4.33	-0.33	0.11	3	9.00
3	4	4	5	4.33	-0.33	0.11	3	9.00
4	4	4	5	4.33	-0.33	0.11	4	16.00
5	4	4	4	4.00	0.00	0.00	3	9.00
6	4	4	5	4.33	-0.33	0.11	3	9.00
			<b>TOTAL</b>	<b>25.33</b>	<b>SUMA</b>	<b>0.44</b>		<b>61.00</b>
					<b>RAÍZ CUADRADA</b>	<b>0.67</b>		<b>7.81</b>

TAMAÑO DEL INTERVALO=D <sub>max</sub> /5=		1.562
---	--	-------

FORMULA DE  
ÍNDICE DE  
VALIDACION

Índice de Validación =  $IV = (\sum x) / 3ni$

Índice de Validación =  $\frac{41.33}{10}$

Índice de Validación =	4.13
------------------------	------

NUEVA ESCALA	INTERVALO	SIGNIFICADO
0.00 - 1.00	A	No aplicable
1.01 - 2.00	B	Deficiente
2.01 - 3.00	C	Regular
3.01 - 4.00	D	Bueno
4.01 - 5.00	E	Muy bueno

### Instrumento 2: Rentabilidad sobre las ventas

ÍTEM	EXPERTO 1 Manuel Velarde Herencia	EXPERTO 2 José Begazo Zegovia	EXPERTO 3 Renato Rodolfo Burneo Alvarón	PROMEDIO POR ÍTEM	DIFERENCIA MAYOR VALOR - PROMEDIO	DISTANCIA DE PUNTOS MÚLTIPLES (DDP)	DIFERENCIA DEL MAYOR VALOR -1	CÁLCULO D <sub>máx</sub>
				a	b			(Distancia Máxima)
1	4	4	4	4.00	0.00	$c=b^2$	d	$e=d^2$
2	4	4	5	4.33	-0.33	0.00	3	9.00
3	4	4	5	4.33	-0.33	0.11	3	9.00
4	4	4	5	4.33	-0.33	0.11	4	16.00
5	4	4	5	4.33	-0.33	0.11	3	9.00
6	4	4	5	4.33	-0.33	0.11	3	9.00
			<b>TOTAL</b>	<b>25.67</b>	<b>SUMA</b>	0.56		61.00
					<b>RAÍZ CUADRADA</b>	0.75		<b>7.81</b>

<b>TAMAÑO DEL INTERVALO=D<sub>max</sub>/5=</b>		<b>1.562</b>
--	--	--------------

FORMULA DE  
INDICE DE  
VALIDACION

Índice de Validación =  $IV = (\sum x) / 3ni$

Índice de Validación =  $\frac{41.33}{10}$

Índice de Validación =	4.13
------------------------	------

NUEVA ESCALA	INTERVALO	SIGNIFICADO
0.00 - 1.00	A	No aplicable
1.01 - 2.00	B	Deficiente
2.01 - 3.00	C	Regular
3.01 - 4.00	D	Bueno
4.01 - 5.00	E	Muy bueno



N° de encuestado	EDUCACIÓN FINANCIERA																						RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS								
	Planificación financiera										Ahorro				Endeudamiento responsable				Inversión				Margen de ganancias brutas						Margen de ganancia neta		
	Situación financiera		Metas financieras		Preparación de presupuesto		Monitoreo de gastos e ingresos		Evaluación de la aplicación del presupuesto		Conservación de una parte del ingreso		Búsqueda de maneras de disminuir gastos		Costos de financiamiento		Riesgos financieros		Métodos estáticos		Métodos dinámicos		Ganancia bruta			Ventas netas			Ganancia neta después de impuestos		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9
16	2	1	2	2	3	2	3	2	2	3	4	2	3	4	2	2	2	2	3	1	2	1	3	2	3	2	3	3	3	2	2
17	1	1	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	1	2	2	1	4	1	3	1	3	3	4	4	4	4	2	2	2	
18	3	1	2	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4
19	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	5	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4
21	3	2	4	3	5	3	4	4	5	4	5	3	3	5	2	2	3	2	4	2	4	3	2	2	4	3	4	4	3	2	3
22	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	1	4	1	4	3	4	4	4	3	4	4	4
23	3	1	3	1	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	2	3	3	1	4	1	3	1	4	4	4	3	4	4	4	3	4
24	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	2	4	2	4	3	3	2	3	2	4	2	3	3	2	3	4
25	3	3	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1	1	1	2	1	3	2	2	2	2	2	3
26	2	1	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	4	3	3	3	1	3	1	3	1	2	2	2	1	2	3	1	2	2
27	3	3	2	2	3	3	3	2	3	4	1	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	2	2	2	3	4
28	2	3	3	2	3	3	4	3	2	4	4	3	4	4	3	2	3	2	4	3	3	3	1	1	4	4	3	2	3	3	3
29	2	3	2	3	2	3	4	2	4	4	5	4	2	4	2	1	3	2	3	1	3	3	1	3	4	3	4	3	2	2	4
30	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	5	3	4	5	2	1	3	3	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4
31	2	1	3	2	4	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	1	4	1	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	5	5
32	2	1	2	2	1	1	3	1	2	2	3	2	3	4	2	3	3	2	4	1	2	1	3	3	4	3	4	4	1	1	5

N° de encuestado	EDUCACIÓN FINANCIERA																						RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS									
	Planificación financiera										Ahorro				Endeudamiento responsable				Inversión				Margen de ganancias brutas						Margen de ganancia neta			
	Situación financiera		Metas financieras		Preparación de presupuesto		Monitoreo de gastos e ingresos		Evaluación de la aplicación del presupuesto		Conservación de una parte del ingreso		Búsqueda de maneras de disminuir gastos		Costos de financiamiento		Riesgos financieros		Métodos estáticos		Métodos dinámicos		Ganancia bruta			Ventas netas			Ganancia neta después de impuestos			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
33	3	1	3	1	3	4	4	1	1	1	3	2	2	3	1	2	2	1	4	1	2	1	3	4	4	2	2	2	2	2	3	
34	2	1	2	1	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	
35	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
36	2	1	2	2	3	2	3	2	2	3	4	2	3	4	2	2	2	2	3	1	2	1	3	2	3	2	3	3	3	2	2	
37	1	1	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	1	2	2	1	4	1	3	1	3	3	4	4	4	4	2	2	2	
38	3	1	2	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	
39	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	5	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4
41	3	2	4	3	5	3	4	4	5	4	5	3	3	5	2	2	3	2	4	2	4	3	2	2	4	3	4	4	3	2	3	
42	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	1	4	1	4	3	4	4	4	3	4	4	4	
43	3	1	3	1	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	2	3	3	1	4	1	3	1	4	4	4	3	4	4	4	3	4	
44	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	2	4	2	4	3	3	2	3	2	4	2	3	3	2	3	4	
45	3	3	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1	1	1	2	1	3	2	2	2	2	2	3	
46	2	1	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	4	3	3	3	1	3	1	3	1	2	2	2	1	2	3	1	2	2	
47	3	3	2	2	3	3	3	2	3	4	1	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	2	2	2	3	4	
48	2	3	3	2	3	3	4	3	2	4	4	3	4	4	3	2	3	2	4	3	3	3	1	1	4	4	3	2	3	3	3	
49	2	3	2	3	2	3	4	2	4	4	5	4	2	4	2	1	3	2	3	1	3	3	1	3	4	3	4	3	2	2	4	

N° de encuestado	EDUCACIÓN FINANCIERA																						RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS									
	Planificación financiera										Ahorro				Endeudamiento responsable				Inversión				Margen de ganancias brutas						Margen de ganancia neta			
	Situación financiera		Metas financieras		Preparación de presupuesto		Monitoreo de gastos e ingresos		Evaluación de la aplicación del presupuesto		Conservación de una parte del ingreso		Búsqueda de maneras de disminuir gastos		Costos de financiamiento		Riesgos financieros		Métodos estáticos		Métodos dinámicos		Ganancia bruta			Ventas netas			Ganancia neta después de impuestos			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
50	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	2	1	3	3	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4
51	2	1	3	2	4	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	1	4	1	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	5	5
52	2	1	2	2	1	1	3	1	2	2	3	2	3	4	2	3	3	2	4	1	2	1	3	3	4	3	4	4	1	1	5	
53	3	1	3	1	3	4	4	1	1	1	3	2	2	3	1	2	2	1	4	1	2	1	3	4	4	2	2	2	2	2	3	
54	2	1	2	1	1	2	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2