



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Estrategia de Gestión Financiera y la Venta en una Empresa
de Motocicletas, Lima, 2022**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Culli Bravo, Cinthya Alexandra (orcid.org/0000-0001-8945-7899)

Puerta Santillana, Cristian (orcid.org/0000-0003-1414-1042)

ASESORA:

Dra. Luna Gamarra, Magaly Ericka (orcid.org/0000-0002-7543-9275)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo Económico, Empleo y Emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

El presente trabajo es dedicado a nuestras familias que siempre están en todo momento apoyando nuestro desarrollo personal e intelectual.

Agradecimiento

A la universidad Cesar vallejo del Perú, por sus conocimientos compartidos desde el inicio de mis estudios superiores y también por enriquecer mis conocimientos y los principios de calidad educativa.

índice de contenidos

| | |
|---|-----------|
| Carátula..... | i |
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento | iii |
| índice de contenidos | iv |
| Índice de tablas | v |
| Índice de figuras | vi |
| Resumen..... | vii |
| Abstract..... | viii |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO..... | 6 |
| III. METODOLOGÍA..... | 14 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación..... | 14 |
| 3.2 Variable de operacionalización | 15 |
| 3.3 Población, muestra y muestreo..... | 18 |
| 3.4 Técnica de recolección de datos..... | 18 |
| 3.5 Procedimientos..... | 19 |
| 3.6 Método de análisis de datos | 20 |
| 3.7 Aspectos éticos | 20 |
| IV. RESULTADOS | 21 |
| V. DISCUSIÓN..... | 43 |
| VI. CONCLUSIONES..... | 51 |
| VII. RECOMENDACIONES..... | 53 |
| REFERENCIAS..... | 56 |
| ANEXOS | 63 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Distribución de frecuencias de la Estrategia financiera | 21 |
| Tabla 2 Distribución de frecuencias de la Estructura De Capital..... | 22 |
| Tabla 3 Distribución de frecuencias del Riesgo financiero | 23 |
| Tabla 4 Distribución de frecuencias de la Rentabilidad..... | 24 |
| Tabla 5 Distribución de frecuencias del Capital de trabajo..... | 25 |
| Tabla 6 Distribución de frecuencias de la Venta | 26 |
| Tabla 7 Distribución de frecuencias la Preparación | 27 |
| Tabla 8 Distribución de frecuencias de la Concertación de la Visita | 28 |
| Tabla 9 Distribución de frecuencias del Contacto y presentación | 29 |
| Tabla 10 Distribución de frecuencias del Sondeo y Necesidades | 30 |
| Tabla 11 Distribución de frecuencias de la Argumentación..... | 31 |
| Tabla 12 Distribución de frecuencias de las Objeciones | 32 |
| Tabla 13 Distribución de frecuencias del Cierre | 33 |
| Tabla 14 Correlación entre las estrategias de gestión financiera y las ventas | 35 |
| Tabla 15 Correlación entre las estrategias de gestión financiera y la preparación | 36 |
| Tabla 16 Correlación entre la estrategia financiera y la concertación de la visita | 37 |
| Tabla 17 Correlación entre la estrategia financiera y el contacto y presentación . | 38 |
| Tabla 18 Correlación entre la estrategia financiera y el sondeo y necesidades ... | 39 |
| Tabla 19 Correlación entre las estrategias de gestión financiera y la argumentación..... | 40 |
| Tabla 20 Correlación entre las estrategias financiera y las Objeciones | 41 |
| Tabla 21 Correlación entre la estrategia financiera y el cierre | 42 |

Índice de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1 Variable Estrategia de gestión financiera | 21 |
| Figura 2 Dimensión Estructura de Capital | 22 |
| Figura 3 Dimensión Riesgo financiero..... | 23 |
| Figura 4 Dimensión Rentabilidad | 24 |
| Figura 5 Dimensión Capital de trabajo | 25 |
| Figura 6 Variable: Venta..... | 26 |
| Figura 7 Dimensión Preparación | 27 |
| Figura 8 Dimensión Concertación de la visita | 28 |
| Figura 9 Dimensión Contacto y presentación..... | 29 |
| Figura 10 Dimensión Sondeo y necesidades | 30 |
| Figura 11 Dimensión Argumentación | 31 |
| Figura 12 Dimensión Objeciones | 32 |
| Figura 13 Dimensión Cierre..... | 33 |
| Figura 14 Estándares de coeficiente de correlación por rangos de Spearman | 34 |

Resumen

La presente investigación tuvo por objetivo general determinar la relación que existe entre la estrategia de gestión financiera y la venta en una empresa de motocicletas, Lima, 2022. La metodología aplicada fue de enfoque cuantitativo, tipo básica orientada, de diseño no experimental transversal y de nivel correlacional. La población estuvo conformada por 35 colaboradores de una empresa de motocicletas, Lima, 2022 y la muestra fue censal. Para la recolección de datos la técnica fue la encuesta y el instrumento, el cuestionario. Los resultados obtenidos demostraron que para el 40% de los encuestados la estrategia de gestión financiera es deficiente y que para el 57,12% de los encuestados manifiesta que la venta es esta un nivel entre regular y malo. Además, existe una relación positiva muy fuerte entre la estrategia de gestión financiera y la venta en una empresa de motocicletas, Lima, 2022; determinado por un coeficiente de correlación Rho Spearman de .788 y la significancia bilateral de 0.00.

Palabras clave: Estrategia de gestión financiera, Venta, Teoría Asimétrica, Teoría del Intercambio Social, importadora y comercializadora

Abstract

The general objective of this research was to determine the relationship that exists between the financial management strategy and sales in a motorcycle company, Lima 2022. The methodology applied was a quantitative approach, basic type oriented, non-experimental cross-sectional design and level correlational. The population was made up of 35 employees of a motorcycle company, Lima, 2022 and the sample was census. For data collection, the technique was the survey and the instrument, the questionnaire. The results obtained showed that for 40% of the respondents, the financial management strategy is deficient and that for 57.12% of the respondents, it is stated that the sale is a level between fair and bad. In addition, there is a very strong positive relationship between the financial management strategy and the sale in a motorcycle company, Lima, 2022; determined by a Rho Spearman correlation coefficient of .788 and two-sided significance of 0.00.

Keywords: Financial management strategy, Sales, Asymmetric Theory, Social Exchange Theory, importer and marketer

I. INTRODUCCIÓN

Las estrategias de gestión financiera siempre han sido una parte importante en la rentabilidad y desarrollo de las empresas, pero en situaciones de crisis las estrategias financieras han demostrado ser mucho más importantes, sobre todo para lograr la satisfacción de cada necesidad del cliente potencial, así Saavedra y Espíndola (2016) en su estudio realizado en México, indica que, un principal problema de las instituciones es la falta de estrategia financiera para un adecuado flujo de caja y la disponibilidad de liquidez para atender a más clientes .

En el estudio realizado por López et. al (2020) en Ecuador, indica que, la estrategia financiera es un instrumento esencial ya que genera un control y mejora la toma de acciones para llegar al objetivo empresarial. La gestión financiera puede ser un instrumento cambiante ya que se ajusta a los diferentes campos y circunstancias de la vida institucional y particular. El estudio tiene como finalidad establecer que la estrategia financiera es clave en las instituciones, la investigación realizada es descriptivo-analítico, se manejó técnicas como entrevistas y recopilación documental. Se deduce que la gestión financiera es un instrumento forzoso para garantizar la meta del negocio, que consiste en anticipar y exponer problemas en el futuro, así como suministrar un marco para establecer el impacto financiero de las ventas.

Por su parte Terán y García (2020) en su estudio en realizado en Ecuador, indican que los elementos de la estrategia financiera son indispensables y tienen como finalidad establecer su influencia en las ventas y todas sus dimensiones, ya que estas interfieren en el incremento de ventas y mejoran para tener duración en el tiempo. Por otro lado, López y Quinteros (2020) en su estudio realizado en San Martín, muestra que, durante la pandemia, las empresas latinoamericanas enfrentaron varias dificultades para obtener financiamiento, como la informalidad, la falta de activos físicos para garantizarse, la falta de calificaciones crediticias adecuadas que no se obtuvieron, aunque muchos países aceptaron préstamos garantizados para esto. Otro punto importante fue que el capital prestado no era suficiente para generar liquidez, por lo que en la fase de reactivación se planificaron nuevas posibilidades de producción y nuevos métodos de gestión, cuyo único objetivo es asegurar la continuidad de la empresa, muchas veces sin tener en cuenta un análisis exhaustivo de la rentabilidad.

Según Huacchilo et. al (2020) en su estudio realizado en Piura , el cual fue elaborada utilizando un método correlacional, en los resultados se determinó que un 35,71% lo califica como deficiente el nivel financiero, un 28,57% indica la utilización de herramientas financieras como regular, dando como resultado un ratio de liquidez de 2.853, un ratio de margen de utilidad neta de 0.008, y finalmente un ratio de endeudamiento con una valoración de 0.031, de acuerdo a ello se evidencio una deficiente función, para ello se requiere elaborar una serie de estrategias que se basen en generar una documentación financiera e inversión eficiente.

Así mismo Saurin, et. al. (2020) en su estudio realizado en Lima, cuyo propósito fue determinar cómo incide la gestión financiera en el resultado económico financiero de una empresa del rubro transporte – Perú. El método de estudio empleado se realizó de forma cuantitativa, transversal, posteriormente emplearon una de las técnicas denominada entrevista para recabar la información elaboradas mediante una guía de entrevistas (instrumento). Finalmente llegaron a determinar niveles bajos de incumplimiento del 70% en cada actividad financiera, los cuales se debieron principalmente a la pandemia que se suscitó, razón por la cual hubo una disminución de la demanda de pasajeros y por supuesto sus ingresos. Se llegó a concluir que la gestión financiera incide de forma significativa con cada resultado económico y financiero. Por su parte Gavidia y Arreiza (2019) en su estudio realizado en Lima cuyo objetivo principal fue revisar la gestión del capital de trabajo como estrategia financiera para el desarrollo empresarial esta investigación se apoyó en la teorías del capital de trabajo, la investigación fue descriptiva y de tipo documental e indica que el capital de trabajo representa la capacidad de una entidad económica para cubrir pasivos de corto plazo con el objetivo de asegurar que las empresas cuenten con suficiente flujo de efectivo para llevar a cabo sus operaciones normales, reduciendo así la posibilidad de que no puedan cumplir con sus deudas u obligaciones. En este sentido, el capital de trabajo ayuda a mantener la solvencia, supervivencia y rentabilidad de la mayoría de los negocios. Por lo tanto, todo es una estrategia financiera para el desarrollo empresarial que permita un capital de trabajo positivo, por lo que cualquier negocio debe lograr gastos que superen los ingresos. En resumen, esta estrategia financiera implica la gestión eficaz de cada elemento de los activos y pasivos corrientes a través de la planificación, ejecución y control, teniendo como resultado

la maximización de la rentabilidad de la empresa teniendo en cuenta los riesgos.

En relación a nuestra problemática local, el actual estudio se desarrolló en una empresa dedicada a la importación, venta, distribución de motocicletas y accesorios en Lima, asimismo se ha detectado que en los últimos años la empresa ha tenido falencias en la estrategia de gestión financiera aplicada, ya que no utiliza herramientas de financiamiento que permitan ofrecer alternativas de compra para sus clientes y así puedan incrementar sus ventas, de esta manera no se tiene un plan financiero que permita mejorar sus actividades ya sea en los inventarios de rotación y venta al cliente final, a su vez no posee un procedimiento definido de ventas, la cual estaría trayendo como consecuencia que sus competidores crezcan en el mercado de motocicletas por ende para la empresa es una disminución en las ventas, de acuerdo a lo descrito se tiene como fin establecer la relación entre la estrategia de gestión financiera y la venta, de acuerdo a ello proporcionar sugerencias que puedan mejorar su actual problemática.

A la vez, planteamos el problema general: ¿Qué relación existe entre la estrategia de gestión financiera y la venta en una empresa de motocicletas, Lima, 2022? Y como problema específico: ¿Qué relación existe entre la estrategia de gestión financiera y la preparación en una empresa de motocicletas, Lima 2022?; ¿Qué relación existe entre la estrategia de gestión financiera y la concertación de la visita en una empresa de motocicletas, Lima 2022?; ¿Qué relación existe entre la estrategia de gestión financiera y el contacto y presentación en una empresa de motocicletas, Lima 2022?; ¿Qué relación existe entre la estrategia de gestión financiera y el sondeo y necesidades en una empresa de motocicletas, Lima 2022?; ¿Qué relación existe entre la estrategia de gestión financiera y la argumentación en una empresa de motocicletas, Lima 2022?; ¿Qué relación existe entre la estrategia de gestión financiera y las objeciones en una empresa de motocicletas, Lima ,2022?; ¿Qué relación existe entre la estrategia de gestión financiera y el cierre en una empresa de motocicletas, Lima 2022?

Asimismo, el trabajo se logra justificar de manera teórica, y por ello para la variable estrategia de gestión financiera, nos basamos en la teoría de información asimétrica y jerarquía de preferencias, por otro lado para la variable ventas está basado en la teoría del intercambio social, para lo cual nos amparamos en el

método científico de acuerdo a teorías plasmadas en artículos científicos, tesis y libros en relación a la temática, permitiendo adquirir un mayor conocimiento de nuestras bases teóricas, a la vez, el estudio posee una justificación práctica ya que se aplicará la práctica en situ ayudando a la organización a brindar una alternativa de solución a través de diversas estrategias, ayudando al crecimiento empresarial y el desarrollo sostenible del negocio, asimismo el trabajo posee una justificación metodológica, la cual se refleja en la construcción del instrumento de recolección de datos el mismo que fue validado por un panel tres expertos quienes aprobaron su aplicación y a su vez se realizó una prueba piloto a 12 colaboradores de una empresa de motocicletas, dicha prueba fue procesada por el Alfa de Cronbach dando brindando un coeficiente de 0,960 en la variable estrategia de gestión financiera y 0,890 en la variable venta, lo cual permite que esta investigación pueda ser utilizada en futuras investigaciones con problemas similares. Finalmente, el trabajo tiene una justificación social, porque contribuye a la mejora de la calidad de vida de los colaboradores y clientes, ya que identifica la problemática y brinda alternativas de solución que ayudarán en su desarrollo social, también permitirá que diversos investigadores profundicen en el tema tomando como base al estudio.

Se ha planteado el objetivo general determinar la relación que existe entre la estrategia de gestión financiera y la venta en una empresa de motocicletas, Lima, 2022. Y como objetivo específico: (1) Determinar la relación entre la estrategia de gestión financiera y la preparación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022; (2) Determinar la relación entre la estrategia de gestión financiera y la concertación de la visita en una empresa de motocicletas, Lima, 2022; (3) Determinar la relación entre la estrategia de gestión financiera y el contacto -presentación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022; (4) Determinar la relación entre la estrategia de gestión financiera y el sondeo de necesidades en una empresa de motocicletas, Lima, 2022; (5) Determinar la relación entre la estrategia de gestión financiera y la argumentación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022; (6) Determinar la relación entre la estrategia de gestión financiera y las objeciones en una empresa de motocicletas, Lima, 2022; (7) Determinar la relación entre la estrategia de gestión financiera y el cierre en una empresa de motocicleta, Lima, 2022.

Respecto a la hipótesis se plantea como hipótesis general que, existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y la venta en una empresa de

motocicletas, Lima, 2022. Así también, las hipótesis específicas como, (1) Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y la preparación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022; (2) Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y la concertación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022; (3) Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y el contacto - presentación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022; (4) Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y el sondeo de necesidades en una empresa de motocicletas, Lima, 2022; (5) Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y la argumentación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022; (6) Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y las objeciones en una empresa de motocicletas, Lima, 2022; y finalmente, (7) Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y el cierre en una empresa de motocicletas, Lima, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Como resultado de revisar la literatura científica, se construyó el marco teórico de la investigación con cada trabajo previo, teorías, etc. en referencia a las variables de estudio.

En la descripción de las investigaciones relacionadas con cada una de las variables de estudio, podemos señalar a Odongo (2018) con el estudio *Effects of financial management practices on financial performance of large construction companies in Nairobi county, Kenya*, el propósito primordial del estudio realizado fue establecer el efecto de la práctica de las estrategias de gestión financiera en el desempeño de una organización del rubro construcción. Asimismo, el método aplicado contó con un estudio descrito como descriptivo, a la vez contó con una muestra de 139 empresas grandes, posteriormente aplicó un cuestionario de acuerdo a la conocida escala Likert. La investigación adoptó estadísticas descriptivas e inferenciales, alcanzando un valor del 79%. Finalmente, el autor concluyó que cada reporte financiero posee efectos positivos en el desempeño de las organizaciones del sector construcción; de acuerdo a ello sugieren que dicho reporte se elabore de acuerdo a la normatividad internacional Financiera (NIIF).

Asimismo, Dos Santos et. al (2018) con el estudio denominado *The importance to financial information in the decision-making process in company's family structure (Portugal)* el mismo que tuvo como propósito primordial determinar si cada empresa familiar le brinda o le da el real interés a la información financiera para tomar cada decisión. El trabajo llegó a concluir que la información financiera es de mucho interés en las organizaciones competitivas, ayudándolos a cada toma de decisión; sin embargo, cada empresa familiar posee niveles de baja utilidad, siendo influyente el bajo desconocimiento. Se determino que existe una relación entre ambas para ello se recurrió a la correlación de Spearman. Los resultados muestran que el valor probatorio de p obtenido en la relación entre el uso de la información financiera y la estructura de capital (patrimonio y pasivo) con un valor del 0,807.

De acuerdo a ello se requiere que las empresas en estudio cambien su forma de gestionar con la finalidad de mejorar su rentabilidad y por ende su utilidad.

De acuerdo al autor Arévalo et. al (2019) con el estudio denominado gestión financiera y la incidencia en la recuperación de la inversión del rubro hotelero de Puyo (Ecuador) el propósito principal fue la caracterización e importancia de la gestión financiera. De acuerdo a ello el método de estudio tuvo el enfoque cuali-cuantitativo, para ello utilizaron las investigaciones bibliográficas bajo la metodología deductiva e inductiva. Para el actual trabajo conto con 40 microempresas como población para posteriormente seleccionar una muestra de 30, utilizando ambas encuestas elaboradas por los autores. Finalmente se concluyó que el 87% de cada propietario necesita invertir más dinero en sus negocios, asimismo cada microempresario no toma una decisión basada en la información financiera, sino que utiliza la intuición.

Por su parte, Además Roca et. al (2020). Sustainable financial strategies applied to business risk situations: a literature review, El propósito del estudio se centró en el análisis de estrategias financieras que se aplican ante una situación de riesgo empresarial, para ello partió de un análisis sistemático tomando como fuente revistas indexadas, se platearon que las estrategias financieras son importantes en cada organización ya que tiene un efecto en la liquidez empresarial afectando de forma directa el capital, indicando que cada riesgo se debe prevenir desde la parte financiera con decisiones planificadas en búsqueda de la eficiencia y generación de valor. Se llegó a concluir que el 67% de los propietarios de los hoteles eligieron la fuente de financiamiento más ágil y que las situaciones de riesgo en los negocios afectan negativamente de manera interna y externa por ello se debe tratar a tiempo aplicando estrategias financieras a largo plazo relacionadas con la inversión y ayudando a las utilidades organizacionales,

Asimismo, Estrada y Acevedo (2019). Financial strategies for the intervention of pymes in economic crisis. El propósito del estudio fue analizar cada estrategia financiera con la finalidad de intervenir en las pymes, evitando que caiga en una situación de crisis económica que traiga como consecuencia un proceso de insolvencia y posteriormente una liquidación empresarial. Para el respectivo estudio se efectuó en denominado descriptivo, con el diseño de campo transaccional, empleado a seis pymes pertenecientes al rubro de construcción en el estado de Medellín, el resultado se logró a través de la observación, se identificó que la mayor parte de personas encuestadas prefieren un crédito a corto plazo con una entidad

financiera antes de aplicar una estrategia financiera a largo plazo, sirviendo como respaldo a posibles crisis de la economía. Se llegó a concluir que, El 37% utiliza medianamente los tipos de estrategias realizándolo solo 2 veces por año y que, si bien las pymes aplican cierta estrategia financiera, no se están efectuando de la forma correcta, de acuerdo a ello puede conllevar a que las pymes caigan en una crisis de su economía.

De acuerdo, Córdova y Morales (2018). La finalidad primordial fue determinar la influencia de la estrategia financiera en el impulso del crecimiento económico de Representaciones y Servicios HJ EIRL- San Ignacio. Su método de trabajo fue de tipo aplicada, contando con una población que se conformó por directivos y trabajadores alcanzando una muestra de 23, aplicando para ello la conocida prueba T Student. Dando resultados altamente significativos ($p < 0,05$). mostrando que existe una diferencia significativa entre ellas por ello aceptaron la hipótesis de investigación, por otro lado no se cumplió con las metas establecidas, confirmando que al aplicar una estrategia financiera permitirá el mejoramiento del crecimiento económico del negocio en estudio, asimismo, se evidencio a través de los estados financieros de la organización que su ganancia fue menor que en años pasados, se concluyó de una relación altamente significativa, para ello se propone una ampliación de mercado y capacitar a los trabajadores, aplicando estrategias financieras para lograr el crecimiento económico del negocio.

A la vez, Segura (2020). La finalidad primordial del trabajo fue proponer estrategias financieras que mejoren la administración económica en la organización ABC Grafica SAC. El método fue cuantitativo y de diseño no experimental, para ello utilizaron una técnica de análisis documental y entrevista, aplicando un instrumento financiero para diagnosticar la situación económica organizacional, los resultados indicaron que al aplicar el indicador de solvencia la entidad aún enfrenta una responsabilidad y obligación contando y disponiendo de efectivo, pero debería tomar en cuenta los otros periodos (2015-2018) en la que se aprecia que registró una disminución de los niveles de efectivo. Finalmente, se logró concluir que los niveles de endeudamiento de los activos en el último año fueron del 37% demostrando con esta situación que no cuentan con recursos propios y se debe diseñar estrategias financieras para la mejora de la administración económica

empresarial, para ello debe tener en cuenta un pilar fundamental aplicando un modelo eficaz para manejar cada actividad contable, otro elemento es elaborar una política y procedimiento para los trabajadores del área contable, permitiendo la mejora de la administración económica, generando así un desarrollo y progreso organizacional.

Asimismo, Vega y Herrera (2021). Cuyo propósito primordial fue determinar si la estrategia financiera incide en el desarrollo del rubro transporte de carga pesada terrestre-Lima. El método de estudio se consideró como descriptivo, para ello buscó especificar cierta propiedad, característica o perfil importante de individuos, grupo, comunidad o algún fenómeno que esté sometido al análisis, para ello seleccionaron diversas cuestiones que midieron y recolectaron datos para posteriormente lograr describir lo investigado. Los resultados lograron afirmar que un 95,5% aplican una estrategia financiera para sus empresas considerando de gran importancia aplicar estrategias financieras, a la vez, asimismo se logró encontrar que las informaciones financieras son de real importancia, evitando riesgos empresariales en el sector terrestre. Se concluyó en profundizar estos estudios ya que permitirán un antecedente que ayude en su estrategia financiera en el rubro transporte de la ciudad de Lima.

Asimismo, Quicaño, (2022). Cuyo propósito de estudio fue dar una explicación de la influencia del planeamiento financiero con la toma de decisiones en una Asociación de comerciantes del Perú. El método de trabajo empleado se conformó mediante una investigación de tipo básico, correlacional, asimismo llegaron a contar con un estudio cuantitativo, no experimental. Por otro lado, llegaron a establecer una población que oscila a los 13 integrantes del denominado consejo directivo, sin embargo, tomaron a toda su población como muestra ya que fue muy pequeña. Asimismo, entre sus técnicas que se empleó estuvo la encuesta, por otro lado, aplicaron cuestionarios en referencia a la temática estudiada. Finalmente, llegaron a concluir que el planeamiento financiero posee una influencia muy significativa con la toma de decisiones en la entidad en estudio, informando que llegó a alcanzar una correlación de Spearman con un valor de 0,631, de acuerdo a lo indicado procedieron a indicar de la existencia de una correlación positiva alta, lo que les permitió que llegaran a aceptar la hipótesis alterna.

A la vez, Alarcón, (2020), en su trabajo tuvo como propósito principal determinar como la gestión de financiamiento impacta sobre la rentabilidad de una empresa importadora de repuestos de autos. El método de estudio planteado se realizó bajo un nivel descriptivo, y no experimental, asimismo, su estudio se plasmó en un trabajo cuantitativo y finalmente correlacional. El método establecido en el trabajo fue aplicado, y correlacional, asimismo se llegó a contar con un estudio cuantitativo, no experimental. Por otro lado, llegaron a establecer una población que oscilo entre los 21 empleados del departamento de finanzas y posteriormente por administración, contando con una muestra similar a la población por ser pequeña o finita, posteriormente entre sus técnicas que se empleó estuvo la encuesta y un instrumento denominado cuestionario. Llegaron a concluir mediante la prueba de Spearman de la existencia de una correlación de la gestión de financiamiento y la rentabilidad en el negocio dedicado a la importación con una valoración de 0,804, sin embargo, lograron un sig. bilateral de 0,01 inferior al 0,05, de acuerdo a ello procedieron a aceptar la hipótesis alterna.

El estudio investigado, se basa en las teorías de información asimétrica la misma que suministra un fundamento para la competencia imperfecta al análisis económico y señala con base en ello, que al contrario de la hipótesis que se fundamenta en la teoría Walrasiana relacionada al equilibrio general, en donde las economías de mercado varían de forma espontánea a cierta trampa en el equilibrio macroeconómico, en otra palabras está referida al equilibrio que se deriva del intercambio y mecanismo de precio que no es socialmente eficaz. (Perrotini, 2002)

Otra de las teorías es la denominada jerarquía de preferencias o Pecking Order de Myers (1984), citado por Alarcón (2017), las mimas que se definen como una de las teorías de referencia en apalancamiento corporativo; establece que la selección adversa alienta a las empresas a preferir la financiación interna sobre la financiación externa en el espíritu empresarial y el desarrollo empresarial.

Por otro lado, la Teoría de la base impositiva, los diversos autores que defienden esta teoría la clasifican por la sencillez como una de las grandes ventajas, debido a que una sencillez impositiva lograr reducir la posibilidad de evasión y elusión fiscal. (Panadés, 2012)

Asimismo, la teoría estructura de capital, está basada en el supuesto en que

la dirección empresarial no necesita preocuparse por la relación deuda-capital, porque en un mercado de capitales perfecto cualquier combinación posible es igualmente buena, sin embargo, la independencia de la deuda de en supuestos restrictivos en realidad no se cumplen, y cuando se eliminan estos supuestos, la elección de la estructura de capital se convierte en un factor determinante. (Gonzales et, al 2018)

Sin embargo, la Teoría de los costos de agencia establecieron diversas series de contratos en distinto grupo de interés de una firma. Esta teoría logra estudiar cómo cada dueño de capital brinda autoridad en otros individuos para que direcciones en su representación, en donde ambos desean la maximización de sus beneficios, en el caso de administrador tiene la autoridad y control y el dueño de capital desea incrementar el valor de su negocio. (Ross, 1977), asimismo el autor Kim y Sorensen (1986), indica que aquí por lo general surgen diversos conflictos denominado costo de agencia, los mismos que son citados por los autores (Ganga, et. al 2015)

A la vez, la Teoría de los portafolios de inversión. Esta teoría había sido creada por Harry Markowitz proponiendo verificar la cartera como un todo, describiendo que es uno de los modelos que sirven para analizar cada inversión, verificando cómo impacta cada activo de forma individual formado por una diversidad de portafolios según la función de los riesgos y rendimientos, indicando que esta metodología no solo lograr un impacto en las investigaciones académicas, sino que son de gran utilidad en los sectores financieros. (Dueñas, et. al 2017)

Finalmente, la teoría de agencia o teoría del flujo de caja libre plasmado por el autor Jensen y citado por el autor Yepes y Restrepo (2016), en la que indica que los niveles de efectivo de las empresas van a depender de la divergencia entre cada interés del gerente, los mismos que desean acumular efectivo ante alguna ausencia de oportunidad de inversión en vez del pago de dividendos a cada accionista e interés a los dueños.

Con el fin de profundizar la primera variable estrategia de gestión financiera, según Gaytan (2021), la describe al conjunto de áreas, las mismas que son claves para una inversión, estructura de capital, riesgo financiero, rentabilidad, así como el manejo de su capital de trabajo y la gestión de efectivo, los cuales son útiles para el logro de la ansiada competitividad y crecimiento armónico.

Así mismo Fajardo y Soto (2018), mencionan que la gestión financiera es responsable de la adquisición, financiación y administración de cada bien mueble de propiedad empresarial. Por otra parte, Martínez (2016). Describe a la gestión financiera como uno de los procesos para tomar decisiones y análisis de información que busca administrar y utilizar de manera óptima el recurso de una organización para lograr cada objetivo. Hoy en día, la gestión financiera está tan conectada con el concepto de la utilidad de la empresa, que ha evolucionado como pieza importante del negocio que se encarga del eficiente uso de los recursos adecuados y cualquier otro tipo de patrimonio, así como otros tipos de fondos, tomar las decisiones correctas para maximizar los beneficios y aumentar el valor de la entidad.

Según García, et. al. (2017) indica que brindar mecanismos para atender los problemas que impiden a las entidades obtener una liquidez eficiente y óptima, tales como impedir la conversión de activos redimibles en utilizables, manteniendo además malas políticas y falta de credibilidad de los proveedores.

El objetivo de la estrategia financiera en una organización es apoyar y financiar para lograr un crecimiento rentable, permitiendo el control de algún riesgo, la misma que comprende desde la formulación de cada objetivo, a través de ciertas estrategias hasta lograr la ansiada eficiente monetaria. (Pérez, 2015)

Asimismo, el trabajo estuvo basado en la teoría del intercambio social, el mismo que está basado en la psicología de grupos, así como de la sociología. A la vez, en su concepto teórico se encuentra en análisis de la teoría marital, de la negociación y la del poder, de acuerdo al autor Thibaut y Kelley (1959), citado por Mejía, et. al (2019) la describen como una relación comercial voluntaria que busca los beneficios de las partes involucradas entre las partes que conforman el intercambio, se espera la comprensión de su comportamiento en donde se transfiere cada recurso entre 02 o más, la mismas que es reciproca entre todas las partes que están conformando el intercambio, esperando una comprensión de cada comportamiento organizacional

Con el fin de profundizar la segunda variable de estudio, se menciona la teoría del intercambio social, la cual se presenta nuestra variable venta la misma que es descrita por los autores Parra y Madero (2015, p.33), como, “una ciencia encargada

de los intercambios de los bienes y servicios, a cambio de un importe monetario el cual fue pactado con anterioridad”, en otras palabras, describimos a las ventas como aquel conjunto o acción que toda empresa está realizando constantemente, intercambiando diversos productos o servicios por dinero.

De tal manera, Artal (2015). Describe la venta como aquella manera que poseen las empresas para su ingreso a determinados mercados el mismo que se divide por cada rubro definido, para lo cual su propósito primordial es la producción y venta. Para Lázcoz (2019) la venta es bien conocida como un acto para seducir y persuadir a los compradores, siendo este último el protagonista de la historia. La venta trata de brindar una experiencia memorable resolviendo su necesidad actual y de acuerdo a ello, hacer crecer cada negocio; mientras que para Ríos (2021) Se caracteriza por una serie de operaciones basadas en el intercambio de un producto, ya sea un bien o un servicio por un valor a cambio, que en este caso es el dinero, para que así lo hagan las empresas proveedoras de dicho bien o servicio.

Asimismo, Johnston y Marshall (2016) indican que la venta es un requisito fundamental dentro de las organizaciones, permitiendo el ingreso del efectivo, el cual llega a contribuir en el desarrollo eficiente y se vea plasmado en el tiempo.

Por otra parte, la American Marketing Asociación, citada por Acosta et al, (2018) indica que la venta es “el proceso personal o impersonal que ayuda a la persuasión de cada cliente potencial para la adquisición de diversos productos o servicios actuando favorablemente sobre ciertas ideas que tienen una importancia comercial sobre los vendedores”.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

El estudio se orientó al tipo básico orientada, los mismos que son conocidas como puros o fundamentales y su propósito es producir información científica para uso práctico, pero no de forma inmediata, sino que recoge información de la realidad permitiendo que se enriquezca nuestro conocimiento (Sánchez et al., 2018).

En este sentido, el estudio fue de tipo básica orientada ya que proporciona investigación científica sobre las variables de estudio sin proporcionar resultados inmediatos y la contrastación de la hipótesis.

Diseño de Investigación

En relación al actual estudio se estableció el diseño no experimental, el mismo que es descrito por el autor como aquellos donde cada variable estudiada no se manipula por algún evento o hecho suscitado por el investigador; (Valderrama, 2015).

3.1.2. Enfoque cuantitativo

Lleva ese nombre porque se trata de fenómenos que se pueden calcular mediante el uso de técnicas estadísticas para analizar los datos recopilados, cuya intención más importante radica en el objetivo de describir, explicar en base a sus conclusiones sobre el uso riguroso de los datos o la cuantificación, ya sea mediante los resultados a modo de procedimiento. (Sánchez, 2019).

El presente trabajo tuvo un enfoque cuantitativo porque se plantearon hipótesis que se probaron apoyándose en la estadística para determinar la asociatividad entre la estrategia de gestión financiera y la venta en una empresa de motocicletas, Lima, 2022.

3.1.3. Nivel correlacional

La investigación correlacional no solo describe, sino también analiza y relaciona. Es aquella que sirve para fijar la correspondencia positiva o negativa entre dos o más conceptos. En el ámbito de esta investigación, surge la necesidad de proponer una hipótesis en la que se proponga una relación entre dos o más variables, (Galarza, 2020).

Por lo tanto, es de nivel correlacional por que estuvo en la búsqueda para determinar la relación entre la estrategia de gestión financiera y la venta en una empresa de motocicletas, Lima, 2022.

3.2 Variable de operacionalización

Variable 1 Estrategia de gestión financiera

Definición conceptual

Gaytan (2021), la describe al conjunto de áreas, las mismas que son claves para una inversión, estructura de capital, riesgo financiero, rentabilidad, así como el manejo de su capital de trabajo y la gestión de efectivo, los cuales son útiles para el logro de la ansiada competitividad y crecimiento armónico.

Definición operacional

La estrategia financiera se analiza por intermedio de las 4 dimensiones que son, la estructura de capital, riesgo financiero, rentabilidad y capital de trabajo los cuales son evaluados mediante un cuestionario. Para medir la variable se recurrió a la escala de Likert.

Dimensión 01. La estructura de capital, está constituida por aquella política y procedimiento que adopta cada empresa con el propósito de aumentar su valor, a través de la optimización de una fuente de financiamiento considerablemente conocida como son las deudas y el capital propio. También se le conoce como la preferencia al usar cierto recurso, considerado como el cimiento que surge algún estudio aplicado en beneficios de la institución (Infantas, 2020).

Dimensión 02. Los riesgos financieros, se le denomina riesgos a aquella posibilidad, se logra a través de una pérdida o desviación de un resultado esperado, implicando ciertas necesidades que buscan una herramienta que permita determinar alguna posibilidad o desvío que facilite una toma de decisiones al instante de llevar a cabo una inversión (Velarde, 2020).

Dimensión 03. La rentabilidad, es una “de las habilidades que poseen las empresas para lograr multiplicar su ganancia, estableciendo cierto vínculo entre lo rentable y el ingreso alcanzado y el medio que se requiere para poder lograrlo. (Flores, 2015)

Dimensión 04. Capital de trabajo, referida a aquellos manejos de cada una de las cuentas que representan cada activo y pasivo corriente del negocio. Sin embargo, se necesita direccionar y tener diversos desenvolvimientos para la gestión de las finanzas permitiendo que se obtenga pronosticar y lograr un control del flujo de caja empresarial, a la vez, manifiesta que se debe lograr conocer los vencimientos de su obligación con un tercero, así como su respectivo costo y condición de diversos financiamientos, logrando una predicción de una entrada futura a caja. (Besley & Brigham, 2016).

Escala de medición. Ordinal

Variable 2 Venta

Definición conceptual: Los autores indican que la venta es “el proceso personal o impersonal que ayuda a la persuasión de cada cliente potencial para la adquisición de diversos productos o servicios actuando favorablemente sobre ciertas ideas que tienen una importancia comercial sobre los vendedores. (American Marketing Asociación citado Acosta et al, 2018)

Definición operacional: La venta se evaluó por intermedio de 7 dimensiones que son preparación, concertación de la visita, contacto y presentación, sondeo y necesidades, argumentación, objeciones y cierre; Los cuales son evaluados mediante un cuestionario. Para medir la variable se recurrió a la escala de Likert.

Dimensiones

Para la dimensión ventas nos amparamos en el autor Acosta et al, (2018), el mismo que describe las siguientes.

Dimensión 01. Preparación, es parte fundamental de la venta ya que sirve para la atención del cliente real y potencial, este proceso es cada vez más difícil pero sumamente necesario para la concreción de la venta.

Dimensión 02. Concertación de la visita, en esta etapa se realiza a aquel contacto pertinente, para lo cual elige a los medios de comunicación de acuerdo a los clientes. Por lo general se realiza mediante llamadas telefónicas o enviando email para concretar la deseada cita preliminar.

Dimensión 03. Contacto y presentación, este proceso es aquel donde hay un intercambio de información, despertando un interés por el posible comprador por parte de los vendedores.

Dimensión 04. Sondeo y necesidades, se le conoce como aquel proceso donde se explora una verdadera necesidad que tienen los clientes, para lo cual se aplican ciertas estrategias que permitan realizar una venta.

Dimensión 05. Argumentación, si el vendedor llegó a esta etapa es porque los clientes han mostrado interés, debiendo generar una explicación específica de aquel beneficio o ventaja de cada producto o servicio que se oferte.

Dimensión 06. Objeciones, en la actual fase es donde se maneja la denominada negatividad o peros por cada cliente, en esta etapa un buen argumento del vendedor puede contrarrestar diversas objeciones.

Dimensión 07. Cierre, en esta fase es donde se puede concretar una venta específica, para lo cual se puede concretar diversas citas posteriores para lograr cerrarla. Asimismo, en esta etapa puede suceder que el proceso de venta no logre cerrarse y los clientes manifiesten su negatividad por el producto.

Escala de medición. Ordinal

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

Se forma por grupos de individuos que posee una característica similar para un servicio o producto. (Hernández, et al. 2014). Por ello tiene como fin estudiar y evaluar a cada colaborador de una empresa de venta de motocicletas conformado por **35** colaboradores a quienes se estudiaron en su totalidad en esta investigación, se tuvieron los criterios de inclusión, de todo el personal de las áreas de ventas y créditos los cuales vienen desarrollando labores de comercialización de motocicletas directamente con los clientes.

3.3.2 Censo

Para la presente información se utilizó una muestra censal, según Hayes (2019), se refiere a que nuestra muestra es el total de la población, es decir el 100% y a la vez este tipo de investigación se ejecuta cuando se desea saber las opiniones de todos los trabajadores y/o se tiene fácil acceso a la base de datos, las mismas que son consideradas todas sus unidades de investigación.

3.3.3 Unidad de análisis

Se considero como unidad de análisis a 35 trabajadores de las áreas de ventas y créditos de una empresa de venta de motocicletas, Lima.

3.4 Técnica de recolección de datos

Se aplicó una encuesta como técnica sirviendo para recopilar datos, dirigida a cada colaborador del departamento de ventas y créditos de una empresa de venta motocicletas Lima 2022, así mismo se aplicó la siguiente técnica e instrumento para recabar cada dato.

Instrumentos de recolección de datos

Se llegó a emplear un cuestionario conformado por 18 ítems, mediante una escala de Likert, para estudiar a la variable estrategia de gestión financiera y se utilizó un segundo cuestionario conformado por 14 ítems de tipo Likert, para estudiar la segunda variable de venta.

Validez

Hernández y Mendoza (2018), lo describe como un nivel de precisión que poseen los instrumentos para lograr medir cada una de las variables. La presente investigación tuvo la validación de contenido cualitativa bajo el juicio de expertos en la temática, a su vez todos contaban con el grado de magister.

Confiabilidad

A partir de una ejemplar de 35 participantes se calculó el conocido Alpha de Cronbach, para luego aplicar el cuestionario de 32 preguntas.

3.5 Procedimientos

Para recabar los datos se estableció realizar las coordinaciones con la gerencia de la empresa de venta de motocicletas y así poder aplicar cada instrumento que recolecte cada dato, para no interferir en la formada laboral de los encuestados se le envió el cuestionario de manera virtual el cual fue creado en Google forms y fue enviado por diversos canales de comunicación los cuales fueron WhatsApp y correo estos llegaron a los 35 trabajadores de la empresa de venta de motocicletas.

3.6 Método de análisis de datos

Se utilizó la estadística descriptiva e inferencial para analizar cada dato. Se empleó la descriptiva para elaborar cada tabla y describir cada característica básica según el dato obtenido. Asimismo, utilizamos la estadística inferencial donde se contrastó cada hipótesis mediante el Rho Spearman y posteriormente se elaboró cada conclusión según el objetivo propuesto. (Guijaja, 2019). A la vez, para el logro del análisis y elaboración de cada tabla y gráfico se aplicó el Ms. Excel y el SPSS Vers.26.

3.7 Aspectos éticos

Se utilizó indagaciones validadas ya que se basó en conceptos teóricos y científicos; Además, la información confidencial mencionada anteriormente solo se utiliza con fines de investigación, este estudio fue respaldado por los criterios de la norma APA y Turnitin. De esta manera, Torres (2014) sostiene que la ética es hacer las cosas correctas, es la definición del comportamiento humano que actualmente se muestra en forma de productos científicos y tecnológicos donde existe una conexión entre ellos.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis cuantitativo-descriptivo

Variable Estrategia de gestión financiera

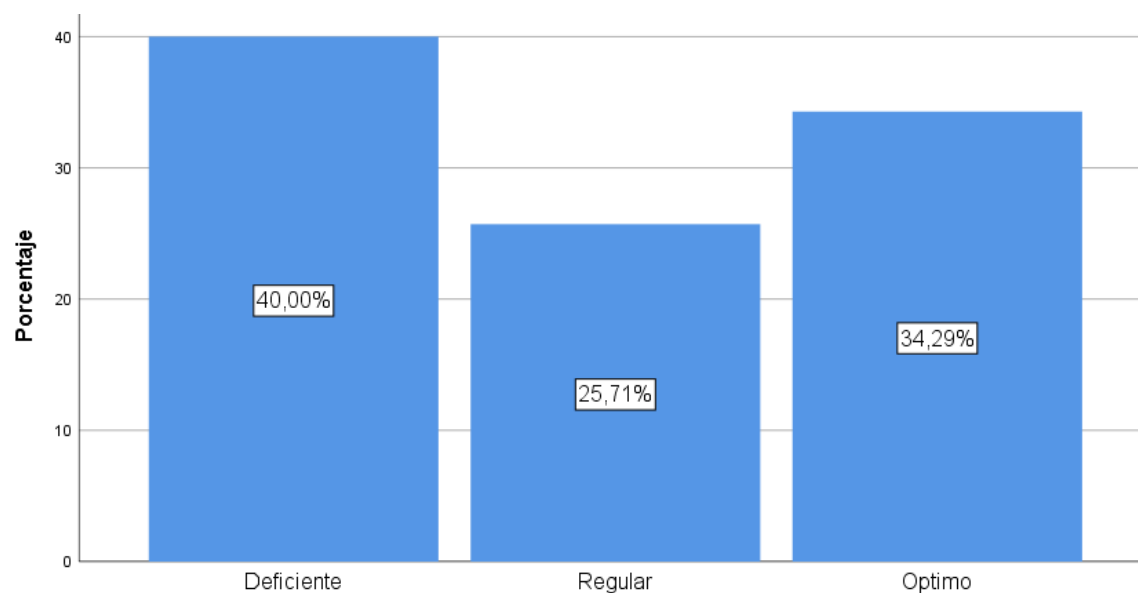
Tabla 1

Distribución de frecuencias de la estrategia de gestión financiera

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Deficiente | 14 | 40,0 | 40,0 | 40,0 |
| Regular | 9 | 25,7 | 25,7 | 65,7 |
| Óptimo | 12 | 34,3 | 34,3 | 100,0 |
| Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 1

Variable Estrategia de gestión financiera



En referencia a nuestra tabla y figura 01, podemos visualizar que la variable estrategia de gestión financiera se halla con una categorización mayoritaria de deficiente con un 40%, seguidamente el óptimo con un 34.29% y finalmente un 25.71% de los encuestados la manifiesta como regular.

Dimensión Estructura de capital

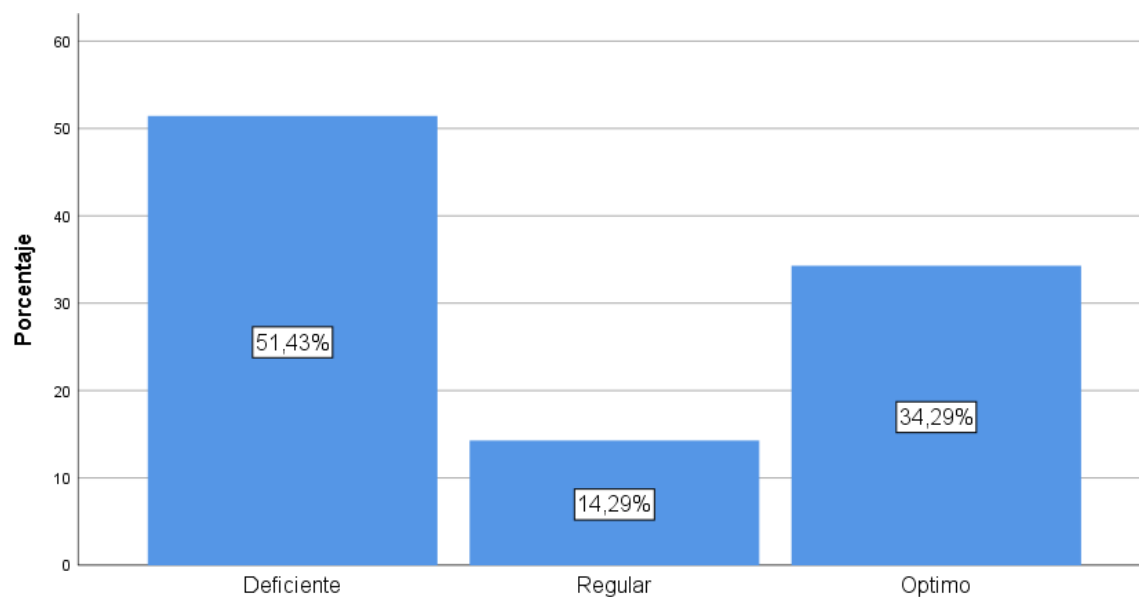
Tabla 2

Distribución de frecuencias de la estructura de capital

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Deficiente | 18 | 51,4 | 51,4 | 51,4 |
| Regular | 5 | 14,3 | 14,3 | 65,7 |
| Óptimo | 12 | 34,3 | 34,3 | 100,0 |
| Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 2

Dimensión estructura de capital



En referencia a nuestra tabla y figura 02, podemos visualizar que la dimensión estructura de capital se halla con una categorización mayoritaria de deficiente con un 51.43%, seguidamente el óptimo con un 34.29% y finalmente un 14.29% de los encuestados la manifiesta como regular.

Dimensión Riesgo financiero

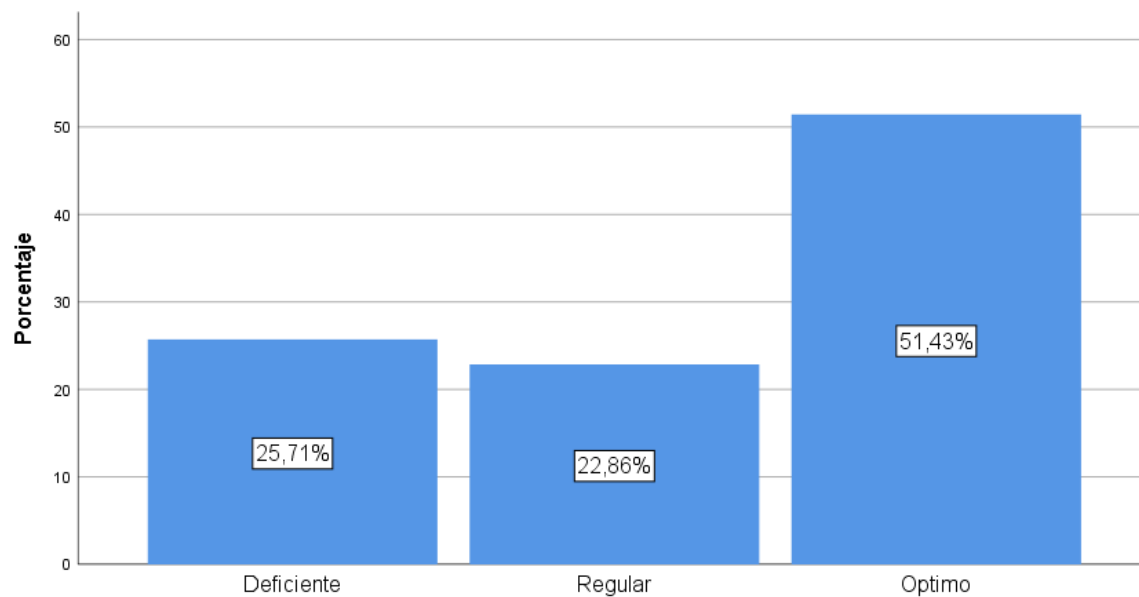
Tabla 3

Distribución de frecuencias del riesgo financiero

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Deficiente | 9 | 25,7 | 25,7 | 25,7 |
| | Regular | 8 | 22,9 | 22,9 | 48,6 |
| | Óptimo | 18 | 51,4 | 51,4 | 100,0 |
| | Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 3

Dimensión Riesgo financiero



En referencia a nuestra tabla y figura 03, podemos visualizar que la dimensión riesgo financiero se halla con una categorización mayoritaria de óptimo con un 51.43%, seguidamente el deficiente con un 25.71% y finalmente un 22.86% de los encuestados la manifiesta como regular.

Dimensión Rentabilidad

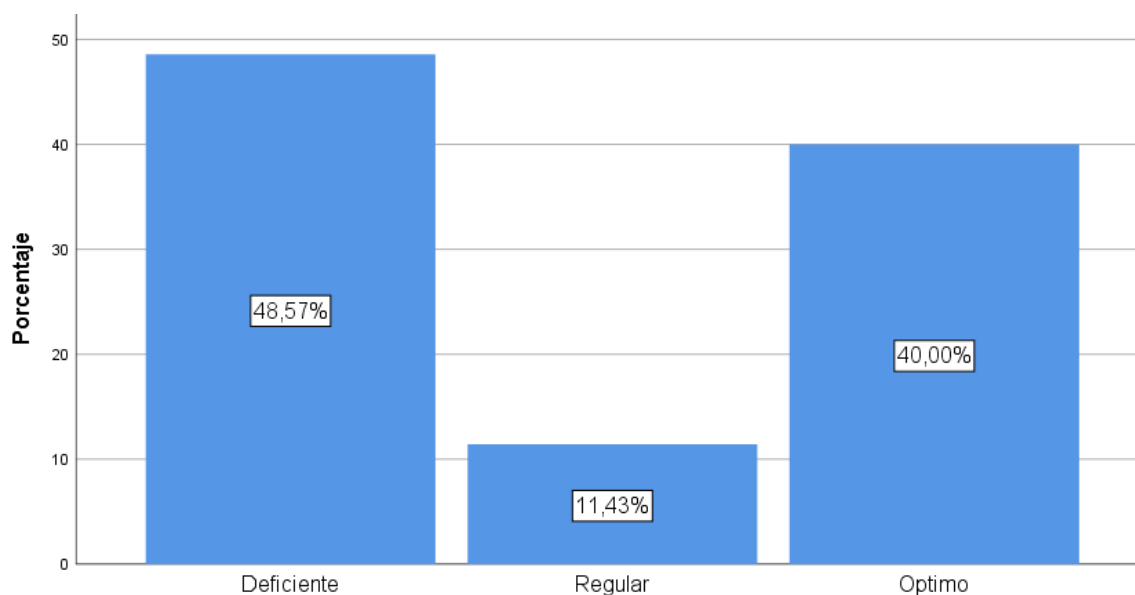
Tabla 4

Distribución de frecuencias de la rentabilidad

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Deficiente | 17 | 48,6 | 48,6 | 48,6 |
| Regular | 4 | 11,4 | 11,4 | 60,0 |
| Óptimo | 14 | 40,0 | 40,0 | 100,0 |
| Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 4

Dimensión Rentabilidad



En referencia a nuestra tabla y figura 04, podemos visualizar que la dimensión rentabilidad se halla con una categorización mayoritaria de deficiente con un 48.57%, seguidamente el óptimo con un 40.00% y finalmente un 11.43% de los encuestados la manifiesta como regular.

Dimensión Capital de trabajo

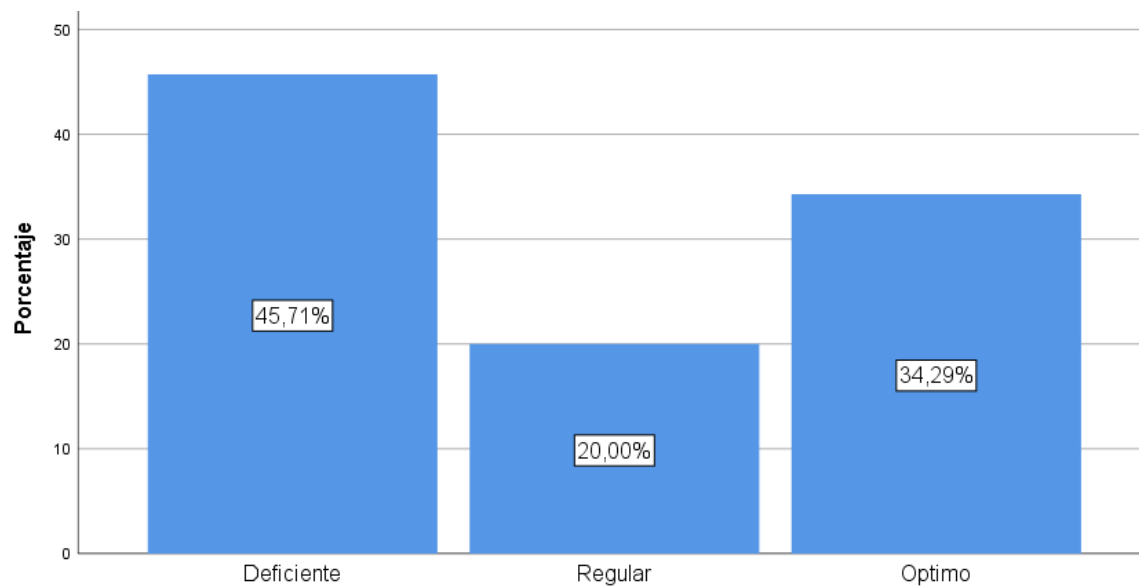
Tabla 5

Distribución de frecuencias del Capital de trabajo

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Deficiente | 16 | 45,7 | 45,7 | 45,7 |
| Regular | 7 | 20,0 | 20,0 | 65,7 |
| Óptimo | 12 | 34,3 | 34,3 | 100,0 |
| Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 5

Dimensión Capital de trabajo



En referencia a nuestra tabla y figura 05, podemos visualizar que la dimensión capital de trabajo se halla con una categorización mayoritaria de deficiente con un 45.71%, seguidamente el óptimo con un 34.29% y finalmente un 20% de los encuestados la manifiesta como regular.

Variable: Venta

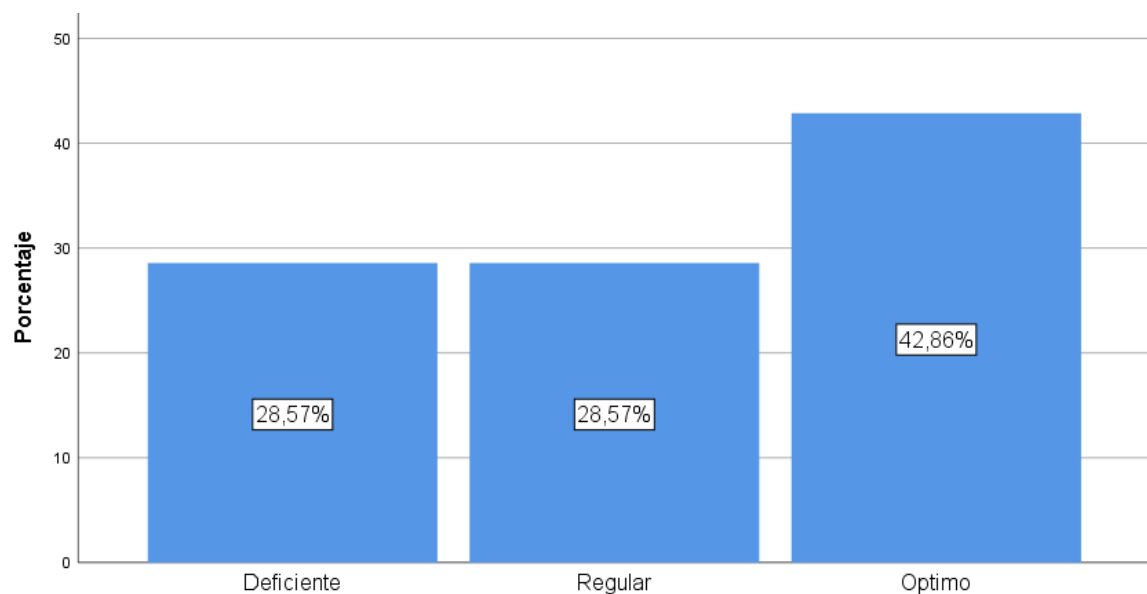
Tabla 6

Distribución de frecuencias de la Venta

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Deficiente | 10 | 28,6 | 28,6 | 28,6 |
| Regular | 10 | 28,6 | 28,6 | 57,1 |
| Óptimo | 15 | 42,9 | 42,9 | 100,0 |
| Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 6

Variable: Venta



En referencia a nuestra tabla y figura 06, podemos visualizar que la variable venta se halla con una categorización mayoritaria de óptimo con un 42.86%, seguidamente los encuestados manifestaron que un 28.57% se encuentra como deficiente y regular

Dimensión Preparación

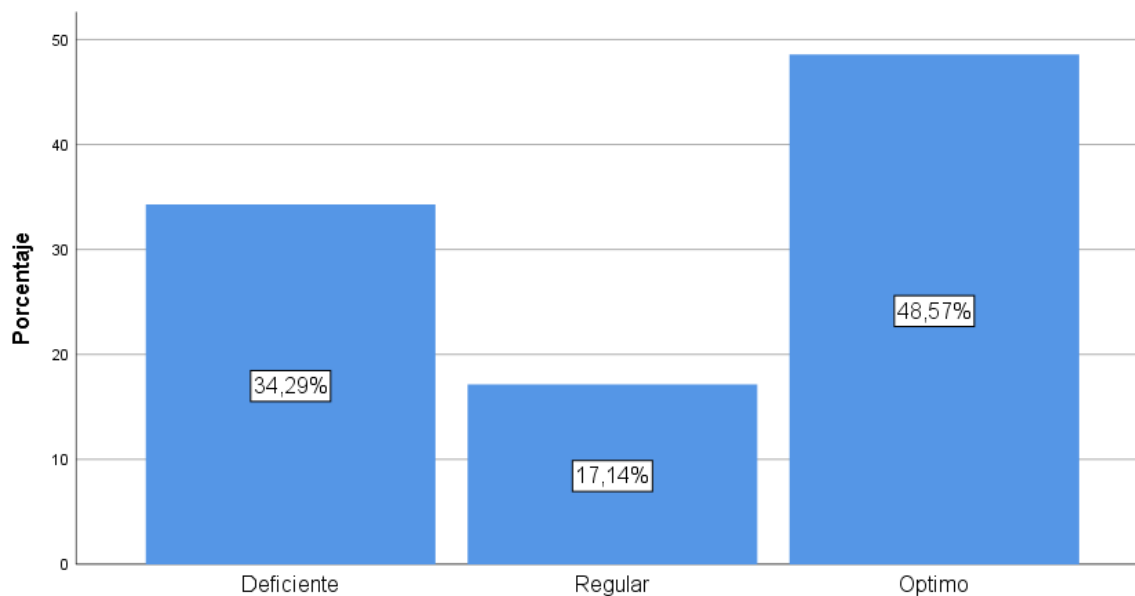
Tabla 7

Distribución de frecuencias la preparación

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Deficiente | 12 | 34,3 | 34,3 | 34,3 |
| | Regular | 6 | 17,1 | 17,1 | 51,4 |
| | Óptimo | 17 | 48,6 | 48,6 | 100,0 |
| | Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 7

Dimensión Preparación



En referencia a nuestra tabla y figura 07, podemos visualizar que la dimensión preparación se halla con una categorización mayoritaria de óptimo con un 48.57%, seguidamente el deficiente con un 34.29% y finalmente un 17.14% de los encuestados la describe como regular.

Dimensión Concertación de la visita

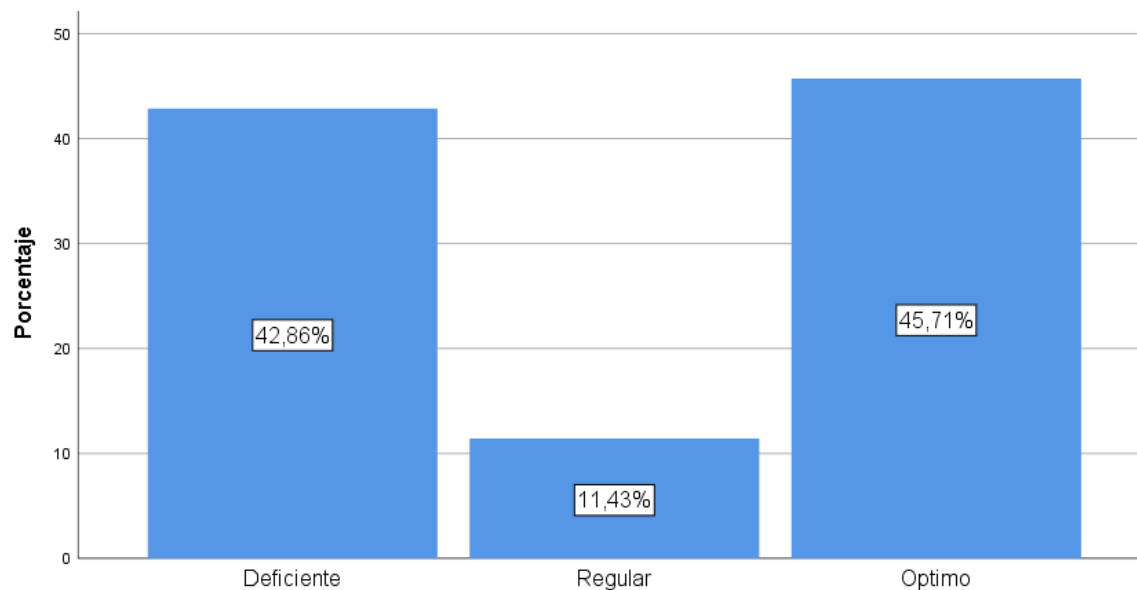
Tabla 8

Distribución de frecuencias de la concertación de la visita

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Deficiente | 15 | 42,9 | 42,9 | 42,9 |
| | Regular | 4 | 11,4 | 11,4 | 54,3 |
| | Óptimo | 16 | 45,7 | 45,7 | 100,0 |
| | Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 8

Dimensión concertación de la visita



En referencia a nuestra tabla y figura 08, podemos visualizar que la dimensión concertación de la visita se halla con una categorización mayoritaria de óptimo con un 45.71%, seguidamente el deficiente con un 42.86% y finalmente un 11.43% de los encuestados la describe como regular.

Dimensión Contacto y presentación

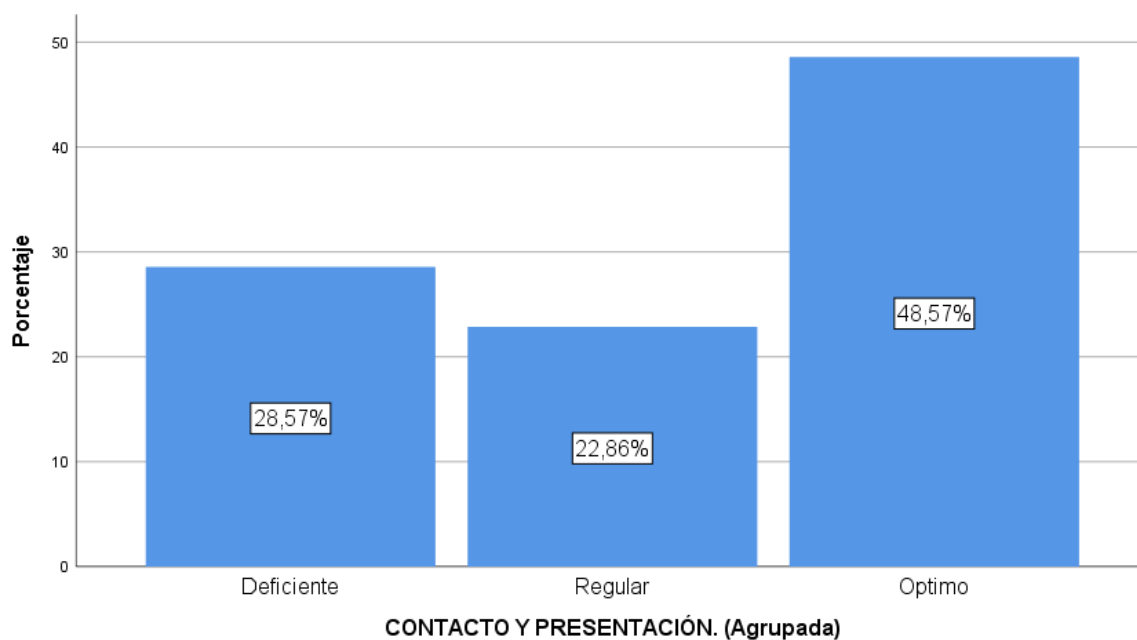
Tabla 9

Distribución de frecuencias del contacto y presentación

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Deficiente | 10 | 28,6 | 28,6 | 28,6 |
| Regular | 8 | 22,9 | 22,9 | 51,4 |
| Óptimo | 17 | 48,6 | 48,6 | 100,0 |
| Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 9

Dimensión contacto y presentación



En referencia a nuestra tabla y figura 09, podemos visualizar que la dimensión contacto y presentación se halla con una categorización mayoritaria de óptimo con un 48.57%, seguidamente el deficiente con un 28.57% y finalmente un 22.86% de los encuestados la describe como regular.

Dimensión Sondeo y necesidades

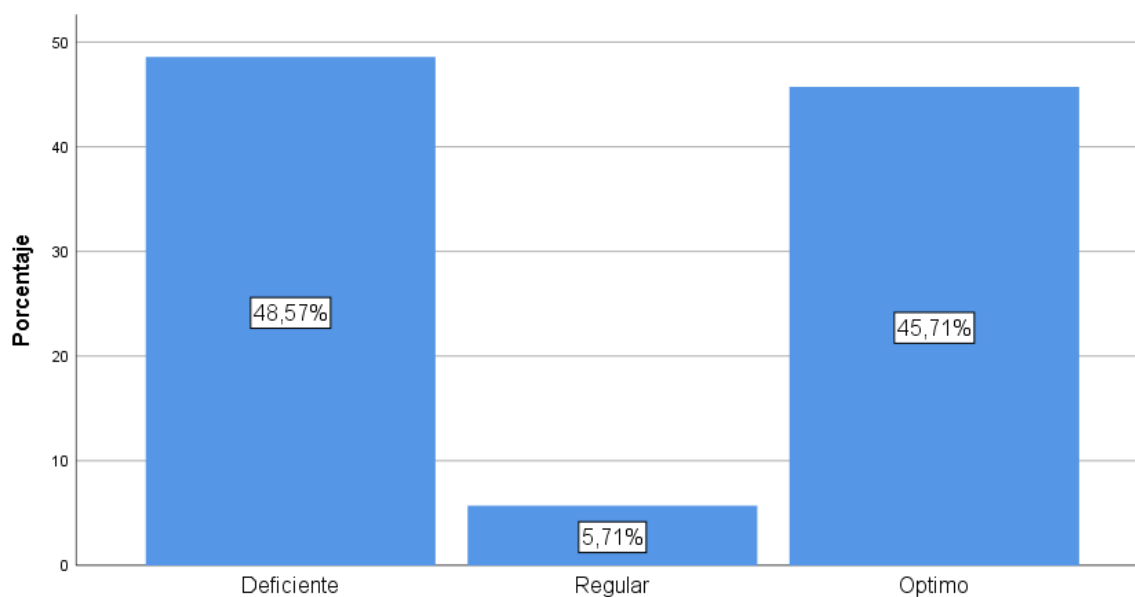
Tabla 10

Distribución de frecuencias del sondeo y necesidades

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Deficiente | 17 | 48,6 | 48,6 | 48,6 |
| Regular | 2 | 5,7 | 5,7 | 54,3 |
| Óptimo | 16 | 45,7 | 45,7 | 100,0 |
| Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 10

Dimensión Sondeo y necesidades



En referencia a nuestra tabla y figura 10, podemos visualizar que la dimensión sondeo y necesidades se halla con una categorización mayoritaria de deficiente con un 48.57%, seguidamente el óptimo con un 45.71% y finalmente un 5.71% de los encuestados la manifiesta como regular.

Dimensión Argumentación

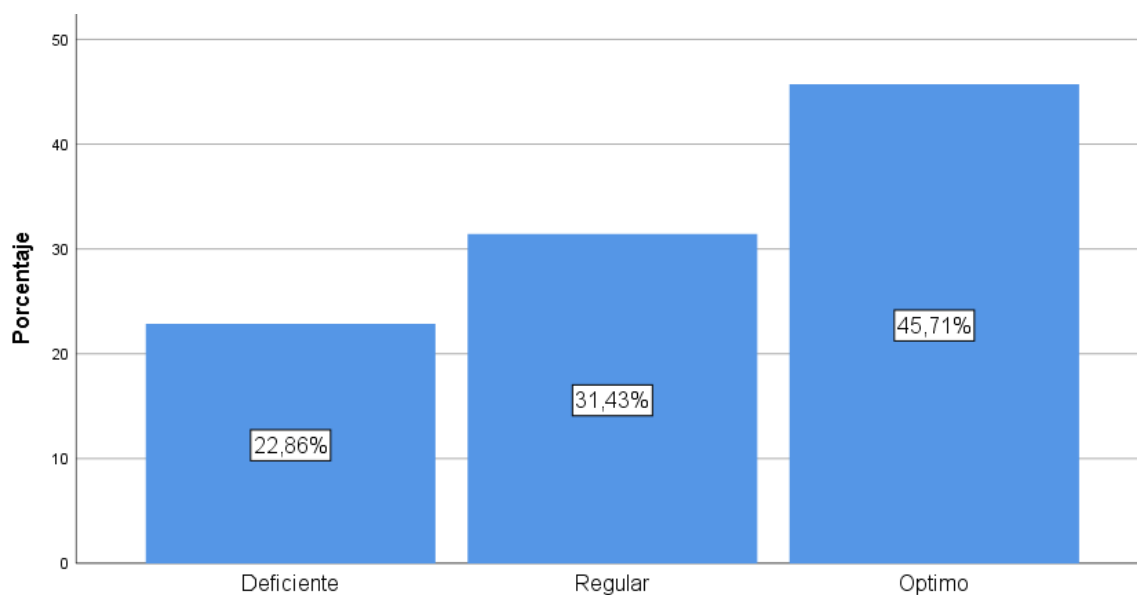
Tabla 11

Distribución de frecuencias de la argumentación

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Deficiente | 8 | 22,9 | 22,9 | 22,9 |
| Regular | 11 | 31,4 | 31,4 | 54,3 |
| Óptimo | 16 | 45,7 | 45,7 | 100,0 |
| Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 11

Dimensión Argumentación



En referencia a nuestra tabla y figura 11, podemos visualizar que la dimensión argumentación se halla con una categorización mayoritaria de óptimo con un 45.71%, seguidamente del regular con un 31.43% y finalmente un 22.86% de los encuestados la describe como deficiente.

Dimensión Objeciones

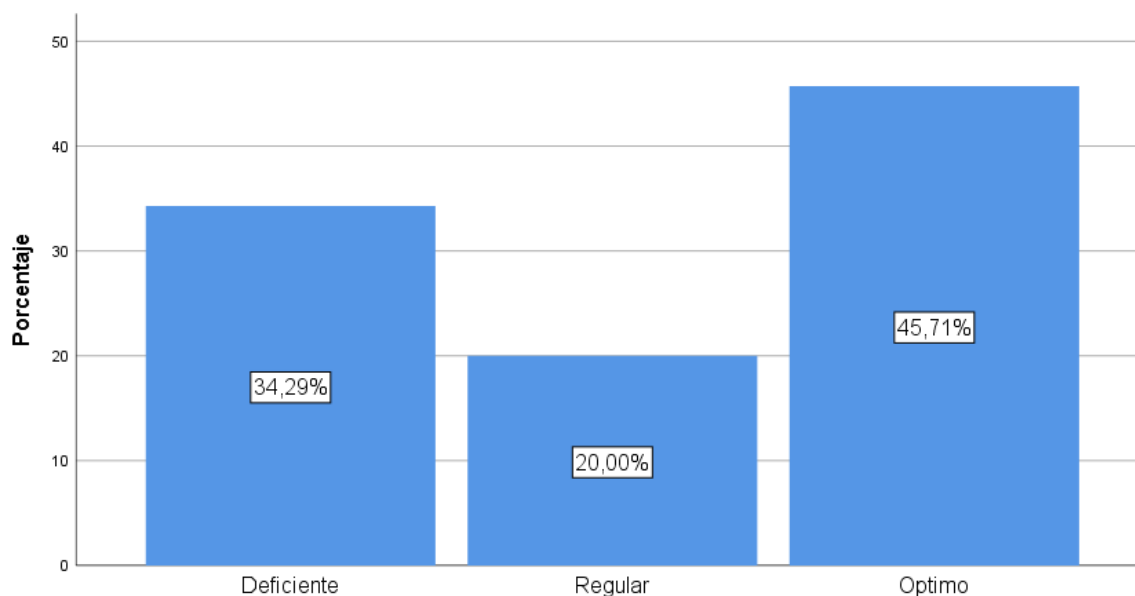
Tabla 12

Distribución de frecuencias de las objeciones

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Deficiente | 12 | 34,3 | 34,3 | 34,3 |
| Regular | 7 | 20,0 | 20,0 | 54,3 |
| Óptimo | 16 | 45,7 | 45,7 | 100,0 |
| Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 12

Dimensión Objeciones



En referencia a nuestra tabla y figura 12, podemos visualizar que la dimensión objeciones se halla con una categorización mayoritaria de óptimo con un 45.71%, seguidamente el deficiente con un 34.29% y finalmente un 20.00% de los encuestados la describe como regular.

Dimensión Cierre

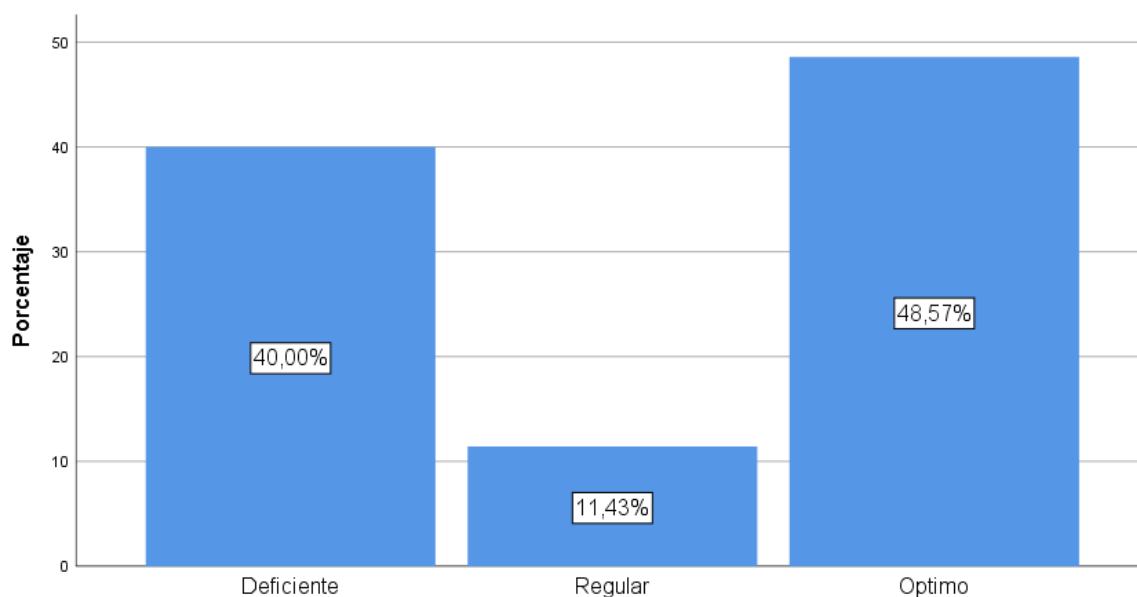
Tabla 13

Distribución de frecuencias del cierre

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Deficiente | 14 | 40,0 | 40,0 | 40,0 |
| Regular | 4 | 11,4 | 11,4 | 51,4 |
| Óptimo | 17 | 48,6 | 48,6 | 100,0 |
| Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 13

Dimensión Cierre

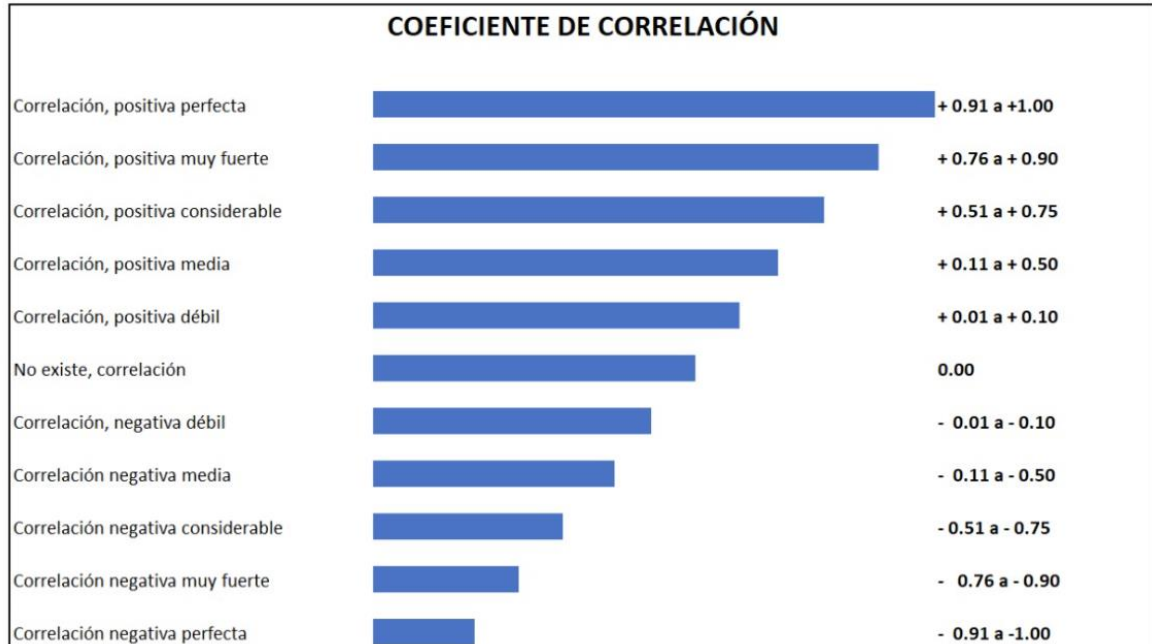


En referencia a nuestra tabla y figura 13, podemos visualizar que la dimensión cierre se halla con una categorización mayoritaria de Óptimo con un 48.57%, seguidamente el deficiente con un 40% y finalmente un 11.43% de los encuestados la describe como regular.

4.2. Estadística descriptiva

Figura 14

Estándares de coeficiente de correlación por rangos de Spearman



Nota: De acuerdo a la figura 14, para la correlación de nuestras hipótesis, se tomó como referencia al estándar de coeficiente de correlación de rangos de Spearman, basados en los estudios de los autores (Hernández & Fernández, 2014)

Nivel de significancia

Asimismo, según nuestra Regla de decisión: Cuando se encuentra que el sig. Bilateral es inferior o igual a 0,05, se procede al rechazo de la H_0 y por ende se logra aceptar la H_1 y viceversa cuando se encuentra que la significancia es mayor a 0.05, se precede a aceptar la H_0 y posteriormente se logra el rechazo del H_1 .

Comprobación de hipótesis general

H₀: No existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y la venta en una empresa de motocicletas, Lima, 2022

H₁: Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y la venta en una empresa de motocicletas, Lima, 2022

Tabla 14

Correlación entre las estrategias de gestión financiera y las ventas

| | | ESTRATEGIA DE | | |
|-----------------|----------------------------------|----------------------------|-------------|---------------|
| | | GESTIÓN | VENTA | |
| | | FINANCIERA | | |
| Rho de Spearman | ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,788** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 35 | 35 |
| | VENTA | Coeficiente de correlación | ,788** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 35 | 35 |

En relación a la variable estudiada, se llegó a emplear el coeficiente denominado Rho de Spearman, consiguiendo una correlación bilateral entre la variable estrategia de gestión financiera y la venta con un $r = 0,788$, afirmando que existe una correlación positiva muy fuerte, según la tabla de correlación de Spearman de Hernández et, al. (2014). Asimismo, para aceptar o rechazar la hipótesis general, se utilizó el Rho de Spearman, obteniendo un Sig. Bilateral con una valoración de 0,000, menor al 0.05, accediendo que se pueda aceptar la hipótesis alterna y rechace la nula.

Comprobación de hipótesis específica 1

H₀: No existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y la preparación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022

H₁: Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y la preparación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022

Tabla 15

Correlación entre las estrategias de gestión financiera y la preparación

| | | ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA | | |
|-----------------|----------------------------------|--|---------------|---------------|
| | | PREPARACIÓN | | |
| Rho de Spearman | ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,774** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 35 | 35 |
| | PREPARACIÓN | Coeficiente de correlación | ,774** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 35 | 35 |

En relación al estudio, se llegó a emplear el coeficiente denominado Rho de Spearman, consiguiendo una correlación entre la variable estrategia de gestión financiera y la dimensión preparación con un $r = 0,774$, afirmando que existe una correlación positiva muy fuerte, según la tabla de correlación de Spearman de Hernández et, al. (2014). Asimismo, para aceptar o rechazar la hipótesis específica 01, se utilizó el Rho de Spearman, obteniendo un Sig. Bilateral con una valoración de 0,000 menor al 0.05, accediendo que se pueda aceptar la hipótesis alterna y rechace la nula.

Comprobación de hipótesis específica 2

H₀: No existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y la Concertación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022

H₁: Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y la Concertación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022

Tabla 16

Correlación entre la estrategia de gestión financiera y la concertación de la visita

| | | ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA | | CONCERTACIÓN DE LA VISITA |
|-----------------|----------------------------------|--|-------------|------------------------------|
| Rho de Spearman | ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,816** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 35 | 35 |
| | CONCERTACIÓN DE LA VISITA | Coefficiente de correlación | ,816** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 35 | 35 |

En relación al estudio, se llegó a emplear el coeficiente denominado Rho de Spearman, consiguiendo una correlación entre la variable estrategias de gestión financiera y la dimensión concertación de la visita con un $r = 0,816$, afirmando que existe una correlación positiva muy fuerte, según la tabla de correlación de Spearman de Hernández et. al. (2014). Asimismo, para aceptar o rechazar la hipótesis específica 02, se utilizó el Rho de Spearman, obteniendo un Sig. Bilateral con una valoración de 0,000 menor al 0.05, accediendo que se pueda aceptar la hipótesis alterna y rechace la nula.

Comprobación de hipótesis específica 3

H₀: No existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y el contacto y presentación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022

H₁: Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y el contacto y presentación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022

Tabla 17

Correlación entre la estrategia de gestión financiera y el contacto y presentación

| | | ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA | | |
|-----------------|----------------------------------|--|---------------|---------------|
| | | CONTACTO Y PRESENTACIÓN. | | |
| Rho de Spearman | ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,785** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 35 | 35 |
| | CONTACTO Y PRESENTACIÓN. | Coefficiente de correlación | ,785** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 35 | 35 |

En relación al estudio, se llegó a emplear el coeficiente denominado Rho de Spearman, consiguiendo una correlación entre la variable estrategia de gestión financiera y la dimensión contacto y presentación con un $r = 0,785$, aseverando que existe una correlación positiva muy fuerte, según la tabla de correlación de Spearman de Hernández et. al. (2014). Asimismo, para aceptar o rechazar la hipótesis específica 03, se utilizó el Rho de Spearman, obteniendo un Sig. Bilateral con una valoración de 0,000 menor al 0.05, accediendo que se pueda aceptar la hipótesis alterna y rechace la nula.

Comprobación de hipótesis específica 4

H₀: No existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y el sondeo y necesidades en una empresa de motocicletas, Lima, 2022

H₁: Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y el sondeo y necesidades en una empresa de motocicletas, Lima, 2022

Tabla 18

Correlación entre la estrategia de gestión financiera y el sondeo y necesidades

| | | ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA | | SONDEO Y NECESIDADES |
|-----------------|----------------------------------|--|-------------|-------------------------|
| Rho de Spearman | ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,712** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 35 | 35 |
| | SONDEO Y NECESIDADES | Coefficiente de correlación | ,712** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 35 | 35 |

En relación al estudio, se llegó a emplear el coeficiente denominado Rho de Spearman, consiguiendo una correlación entre la variable estrategia de gestión financiera y la dimensión sondeo y necesidades con un $r = 0,712$, aseverando que existe una correlación positiva considerable, según la tabla de correlación de Spearman de Hernández et. al. (2014). Asimismo, para aceptar o rechazar la hipótesis específica 04, se utilizó el Rho de Spearman, obteniendo un Sig. Bilateral con una valoración de 0,000 menor al 0.05, accediendo que se pueda aceptar la hipótesis alterna y rechace la nula.

Comprobación de hipótesis específica 5

H₀: No existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y la Argumentación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022

H₁: Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y la Argumentación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022

Tabla 19

Correlación entre las estrategias de gestión financiera y la argumentación

| | | ESTRATEGIA DE GESTIÓN ARGUMENTACIÓN FINANCIERA | | |
|-----------------|----------------------------------|--|-------------|---------------|
| Rho de Spearman | ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,719** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 35 | 35 |
| | ARGUMENTACIÓN | Coefficiente de correlación | ,719** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 35 | 35 |

En relación al estudio, se llegó a emplear el coeficiente denominado Rho de Spearman, consiguiendo una correlación entre la variable estrategias de gestión financiera y la dimensión argumentación con un $r = 0,719$, aseverando que existe una correlación positiva considerable, según la tabla de correlación de Spearman de Hernández et, al. (2014). Asimismo, para aceptar o rechazar la hipótesis específica 05, se utilizó el Rho de Spearman, obteniendo un Sig. Bilateral con una valoración de 0,000 menor al 0.05, accediendo que se pueda aceptar la hipótesis alterna y rechace la nula.

Comprobación de hipótesis específica 6

H₀: No existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y las Objeciones en una empresa de motocicletas, Lima, 2022

H₁: Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y las objeciones en una empresa de motocicletas, Lima, 2022

Tabla 20

Correlación entre las estrategias financiera y las objeciones

| | | ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA | | |
|--------------------|--|--|---------------|---------------|
| | | | OBJECIONES | |
| Rho de Spearman | ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA | Coeficiente | 1,000 | ,706** |
| | | de | | |
| | | correlación | | |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 35 | 35 |
| | OBJECIONES | Coeficiente | ,706** | 1,000 |
| | | de | | |
| | | correlación | | |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 35 | 35 |

En relación al estudio, se llegó a emplear el coeficiente denominado Rho de Spearman, consiguiendo una correlación entre la variable estrategia de gestión financiera y la dimensión objeciones con un $r = 0,706$, aseverando que existe una correlación positiva considerable, según la tabla de correlación de Spearman de Hernández et, al. (2014). Asimismo, para aceptar o rechazar la hipótesis específica 06, se utilizó el Rho de Spearman, obteniendo un Sig. Bilateral con una valoración de 0,000 menor al 0.05, accediendo que se pueda aceptar la hipótesis alterna y rechace la nula.

Comprobación de hipótesis específica 7

H₀: No existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y el cierre en una empresa de motocicletas, Lima, 2022

H₁: Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y el cierre en una empresa de motocicletas, Lima, 2022

Tabla 21

Correlación entre la estrategia de gestión financiera y el cierre

| | | ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA | | |
|-----------------|----------------------------------|--|-------------|---------------|
| | | | CIERRE | |
| Rho de Spearman | ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,780** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 35 | 35 |
| | CIERRE | Coeficiente de correlación | ,780** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 35 | 35 |

En relación al estudio, se llegó a emplear el coeficiente denominado Rho de Spearman, consiguiendo una correlación bilateral entre la variable estrategia de gestión financiera y la dimensión cierre con un $r = 0,780$, aseverando que existe una correlación positiva muy fuerte, según la tabla de correlación de Spearman de Hernández et, al. (2014). Asimismo, para aceptar o rechazar la hipótesis específica 07, se utilizó el Rho de Spearman, obteniendo un Sig. Bilateral con una valoración de 0,000 menor al 0.05, accediendo que se pueda aceptar la hipótesis alterna y se rechace la nula.

V. DISCUSIÓN

En referencia a hipótesis general, existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y la venta en una empresa de motocicletas, Lima, 2022, en el estudio, se llegó a emplear el coeficiente denominado Rho de Spearman, consiguiendo una correlación de la variable estrategia de gestión financiera y ventas con un Rho Spearman 0,788, afirmando que existe una correlación positiva muy fuerte. Asimismo, la Sig. bilateral con una valoración de 0,000, menor al 0.05, accediendo a aceptar la hipótesis alterna. Los resultados obtenidos demostraron que para el 40% de los encuestados la estrategia de gestión financiera es deficiente y que para el 57,12% de los encuestados manifiesta que la venta está en un nivel entre regular y malo. El resultado que se encontró lo podemos comparar con el estudio en Chiclayo de Córdova y Morales (2018) en su estudio, descriptivo aplicado, cualitativo correlacional bajo la teoría del pensamiento estratégico de Mitzberg, (1997), cuyo propósito primordial fue determinar cómo influye la estrategia financiera como impulso al crecimiento económico empresarial de Representaciones y Servicios HJ EIRL, San Ignacio. Los resultados indican que no se cumplió con las metas establecidas, confirmando que al aplicar una estrategia financiera permitirá el mejoramiento del crecimiento económico en el negocio en estudio, asimismo, se evidenció a través de los estados financieros de la organización que su ganancia fue menor que en años pasados, se concluyó de una relación significativa lograda con el rho de Pearson con un valor de 0,163 menor a 0.05 permitiendo aceptar la hipótesis alterna, para ello se propone una ampliación de mercado y capacitar a los trabajadores, aplicando estrategias financieras para lograr el crecimiento económico del negocio.

Los resultados antes expuestos, se afirman en la Teoría de Información Asimétrica, la misma que se fundamenta en la teoría Walrasiana relacionada al equilibrio general, en donde las economías de mercado varían de forma espontánea y estas variaciones pueden ayudar al desarrollo del comercio, en otras palabras, está referida al equilibrio que se deriva del intercambio y mecanismos de precio. (Perrotini, 2002) lo que podemos interpretar como la importancia que tiene para las empresas, la aplicación de estrategias de gestión financiera, las mismas que permitirán mejorar sus ventas y por ende su crecimiento económico.

En relación al Hipótesis 01, existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y la preparación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022. En relación al estudio, se llegó a emplear el coeficiente denominado Rho de Spearman, consiguiendo una correlación entre la variable estrategias de gestión financiera y la dimensión preparación con un 0,774, afirmando que existe correlación positiva muy fuerte, la Sig. bilateral con una valoración de 0,000 menor al 0.05, accediendo que se pueda aceptar la hipótesis alterna. Los resultados obtenidos demostraron que para el 51,4% de los encuestados manifiesta que la preparación esta un nivel entre regular y malo, el resultado obtenido lo podemos comparar con el estudio realizado en Portugal por el autor Dos Santos et. al (2018) en su estudio, descriptivo exploratorio, cualitativo correlacional realizado bajo la teoría contable positiva de Watts, y Zimmermann, (1978) que tuvo como propósito primordial determinar si cada empresa familiar le brinda el real interés a la información financiera para tomar cada decisión comercial. El trabajo llegó a concluir que la información financiera es de suma importancia para toma de una decisión; sin embargo, cada empresa familiar posee niveles de baja utilidad, siendo influyente el bajo desconocimiento. Se determinó que existe una relación entre ambas para ello se recurrió a la correlación de Spearman. Los resultados muestran que el valor probatorio obtenido en la relación entre el uso de la información financiera y la estructura de capital (patrimonio y pasivo) con un valor del 0,807. El actual estudio se fundamenta en una de las teorías denominada jerarquía de preferencias o Pecking Order de Myers (1984), citado por Alarcón (2017), describiéndola como una teoría de referencia en apalancamiento corporativo para el desarrollo de las empresas; en la que la selección adversa alienta a las empresas a preferir la financiación interna sobre la financiación externo. Lo que podemos interpretar como que en las empresas del rubro de ventas la estrategia de gestión financiera se encuentra muy relacionada con la preparación ya que se necesita saber de tipos de financiamiento que ayudan al desarrollo de la venta sin generar desbalances económicos.

En relación al Hipótesis 02, existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y la concertación de la visita de venta en una empresa de motocicletas. Lima, 2022. En relación al estudio, se llegó a emplear el coeficiente

denominado Rho de Spearman, consiguiendo una correlación entre variable estrategias de gestión financiera y la dimensión concertación de la visita con un 0,816, afirmando que existe una correlación positiva muy fuerte. A, la Sig. bilateral con una valoración de 0,000 menor al 0.05, accediendo que se pueda aceptar la hipótesis alterna. Los resultados obtenidos demostraron que para el 54,3% de los encuestados manifiesta que la correlación está un nivel entre regular y malo, los resultados los podemos comparar con el estudio Arévalo et. al (2019) en su estudio, descriptivo cuali-cuantitativo correlacional con el estudio denominado gestión financiera y la incidencia en la recuperación de la inversión del rubro hotelero de Puyo (Ecuador) el propósito principal fue la caracterización e importancia de la gestión financiera. Para el actual trabajo conto con 40 microempresas como población para posteriormente seleccionar una muestra de 30, utilizando ambas encuestas elaboradas por los autores. Finalmente se concluyó que el 87% de cada propietario necesita invertir más dinero en sus negocios, asimismo cada microempresario no toma una decisión basada en la información financiera, sino que utiliza la intuición. Por otro lado, el resultado se contrasta con la Teoría de la base impositiva, destacada por su simplicidad entre sus grandes ventajas, debido a que una simplicidad impositiva logra reducir la posibilidad de evasión y elusión fiscal lo cual es primordial para el desarrollo de las empresas en especial a las del rubro de ventas. (Panadés, 2012). Se puede interpretar que para las empresas del rubro de ventas, la estrategia de gestión financiera se encuentra muy relacionada con la concertación de la visita, ya que el vendedor debe estar informado de la base impositiva de cada impuesto, analizando la capacidad económica del cliente, verificando que el posible comprador pueda llevar el producto y tener una concertación de visita eficiente

En relación a la Hipótesis 03, existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y el contacto - presentación en una empresa de motocicletas. Lima, 2022, se llegó a emplear el coeficiente denominado Rho de Spearman, consiguiendo una correlación entre la variable estrategias de gestión financiera y la dimensión contacto y presentación con un 0,785, aseverando de una existente correlación positiva muy fuerte. Asimismo, la Sig. Bilateral con una valoración de 0,000 menor al 0.05, accediendo que se pueda aceptar la hipótesis alterna. Los resultados obtenidos demostraron que para el 51,4% de los encuestados manifiesta

que el contacto - presentación están en un nivel entre regular y malo, considerando este resultado podemos contrastar con el estudio de Roca et. al (2020). en su estudio, teórico descriptivo, cualitativo correlacional cuyo propósito del estudio se centró en el análisis de estrategias financieras que se aplican ante una situación de riesgo empresarial. Se llegó a concluir que el 67% de los propietarios de los hoteles eligieron la fuente de financiamiento más ágil y que las situaciones de riesgo en los negocios afectan negativamente de manera interna y externa por ello se debe tratar a tiempo aplicando estrategias financieras a largo plazo relacionadas con la inversión y ayudando a las utilidades organizacionales, también se contrastó con la teoría estructura de capital, está basada en la dirección empresarial no necesita preocuparse por la relación deuda-capital, porque en un mercado de capitales perfecto cualquier combinación posible es igualmente buena, sin embargo, la independencia de la deuda se basa en supuestos restrictivos los cuales en realidad no se cumplen y cuando se eliminan estos supuestos, la elección de la estructura de capital se convierte en un factor determinante para la inversión de las empresas. (Gonzales et, al 2018). Se puede interpretar que, en las empresas del rubro de ventas, la estrategia de gestión financiera se encuentra muy relacionada con el contacto del cliente, ya que los negocios con un ingreso estable pueden adoptar una estructura altamente apalancada, asumiendo una buena presentación hacia el cliente.

En relación al Hipótesis 04, existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y el sondeo y necesidades en una empresa de motocicletas. Lima, 2022, En relación a la tabla, se llegó a emplear el coeficiente denominado Rho de Spearman, consiguiendo una correlación bilateral entre la variable estrategias de gestión financiera y la dimensión sondeo y necesidades con un 0,712, aseverando que existe una correlación positiva considerable. Asimismo, la Sig. Bilateral con una valoración de 0,000 menor al 0.05, accediendo que se pueda aceptar la hipótesis alterna. Los resultados obtenidos demostraron que para el 54,3% de los encuestados manifiesta que el sondeo y necesidades están un nivel entre regular y malo, considerando este resultado podemos comparar con el estudio de Estrada y Acevedo (2019). en su estudio, descriptivo ,no experimental, transaccional, de campo en Colombia y el propósito fue analizar cada estrategia financiera con la finalidad de intervenir en las pymes, evitando que caiga en una

situación de crisis económica que traiga como consecuencia un proceso de insolvencia y posteriormente una liquidación empresarial, el resultado se logró a través de la observación, se identificó que la mayor parte de personas encuestadas prefieren un crédito a corto plazo con una entidad financiera antes de aplicar una estrategia financiera a largo plazo, sirviendo como respaldo a posibles crisis de la economía. Se llegó a concluir que, El 37% utiliza medianamente los tipos de estrategias realizándolo solo 2 veces por año y que si bien las pymes aplican cierta estrategia financiera, no se están efectuando de la forma correcta, de acuerdo a ello puede conllevar que las pymes caigan en una crisis de su economía. Lo indicado se contrasta con la Teoría de los costos de agencia, esta teoría logra estudiar cómo cada dueño de capital brinda autoridad en otros individuos para que direccionen en su representación, en donde ambos desean la maximización de sus beneficios (Ross, 1977). Se puede interpretar que, en las empresas del rubro de ventas, la estrategia de gestión financiera se encuentra muy relacionada con el sondeo y necesidades ya que la minimización del costo de ventas puede definir los precios adecuados y de esa manera captar clientes de acuerdo a cada necesidad de mercado.

En relación al Hipótesis 05, existe relación positiva entre las estrategias de gestión financiera y la Argumentación en una empresa de motocicletas. Lima, 2022. Se llegó a emplear el coeficiente denominado Rho de Spearman, consiguiendo una correlación entre la variable estrategias de gestión financiera y la dimensión argumentación con un 0,719, aseverando de una existente correlación positiva considerable. Asimismo, la Sig. Bilateral con una valoración de 0,000 menor al 0.05, accediendo que se pueda aceptar la hipótesis alterna. Los resultados obtenidos demostraron que para el 54,3% de los encuestados manifiesta que argumentación están un nivel entre regular y malo, considerando este resultado los podemos contrastar con los estudios Según Huacchilo et. al (2020) Piura, en su investigación la gestión y su incidencia en la toma de decisiones financieras la cual fue elaborada utilizando un método correlacional, el objetivo fue diseñar un sistema basado en inteligencia de negocios en el departamento comercial del astillero Marie, en los resultados se determinó que un 35,71% lo califica como deficiente el nivel financiero, un 28,57% indica la utilización de herramientas financieras como regular, dando como resultado un ratio de liquidez de 2.853, un ratio de margen de utilidad

neta de 0.008, y finalmente un ratio de endeudamiento con una valoración de 0.031, de acuerdo a ello se evidencio una deficiente función, para ello se requiere elaborar una serie de estrategias que se basen en generar una documentación financiera e inversión eficiente. El trabajo se contrasta con la Teoría de los portafolios de inversión. Esta teoría creada por Markowitz propone verificar la cartera como un todo, describiendo que es uno de los modelos que sirven para analizar cada inversión, verificando cómo impacta cada activo de forma individual formado por una diversidad de portafolios según la función de los riesgos y rendimientos, indicando que esta metodología no solo logra un impacto en las investigaciones académicas, sino que son de gran utilidad en los sectores financieros y comerciales. (Dueñas, et. al 2017). Se puede interpretar la importancia de las estrategias financieras en el rubro de ventas, la cual se encuentra relacionada con la argumentación, debido a que cada empresa desarrolla su portafolio de inversión y este se puede utilizar como argumento de confianza para la comercialización.

En relación al Hipótesis 06, existe relación positiva entre las estrategias de gestión financiera y las Objeciones en una empresa de motocicletas. Lima, 2022, se llegó a emplear el coeficiente denominado Rho de Spearman, logrando una correlación entre la variable estrategias de gestión financiera y la dimensión objeciones con un 0,706, aseverando de una existente correlación positiva considerable. Asimismo, la Sig. Bilateral con una valoración de 0,000 menor al 0.05, accediendo que se pueda aceptar la hipótesis alterna. Los resultados obtenidos demostraron que para el 54,3% de los encuestados manifiesta que el las Objeciones están un nivel entre regular y malo, considerando este resultado lo podemos comparar con el estudio Segura (2020). En su estudio, descriptivo aplicado, cualitativo no experimental correlacional. La finalidad primordial del trabajo fue proponer estrategias financieras que mejoren la administración económica en la organización ABC Grafica SAC, los resultados indicaron que al aplicar el indicador de solvencia la entidad aún enfrenta una responsabilidad y obligación contando y disponiendo de efectivo, pero debería tomar en cuenta los otros periodos (2015-2018) en la que se aprecia que registró una disminución de los niveles de efectivo. Se logró concluir que los niveles de endeudamiento de los activos en el último año fueron del 37% demostrando con esta situación que no cuentan con recursos propios y se debe diseñar estrategias financieras para la

mejora de la administración económica empresarial, para ello debe tener en cuenta un pilar fundamental aplicando un modelo eficaz para manejar cada actividad contable, otro elemento es elaborar una política y procedimiento para los trabajadores del área contable, permitiendo la mejora de la administración económica, generando así un desarrollo y progreso organizacional. A la vez, el resultado se contrastó con la teoría de agencia o teoría del flujo de caja libre plasmado por el autor Jensen y citado por el autor Yepes y Restrepo (2016), en la que indica que los niveles del efectivo de las empresas van a depender de la divergencia entre cada interés del gerente, los mismos que desean acumular efectivo ante alguna ausencia de oportunidad de inversión en vez del pago de dividendos a cada accionista o interés a los dueños. Se puede interpretar la importancia de las estrategias financieras en el rubro de ventas, la cual se encuentra muy relacionada con las objeciones, permitiendo que cada negocio indique un porcentaje de cada peso de venta el mismo que no influya en la disminución del volumen de ventas, asociando el crecimiento al margen de utilidad.

En relación a la hipótesis 07, existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y el cierre de venta en una empresa de motocicletas, Lima, 2022. Se obtuvo el coeficiente Rho de Spearman de 0,780, aseverando que existe correlación positiva muy fuerte; asimismo, la sig. bilateral fue 0,000. Los resultados obtenidos demostraron que para el 51,4% de los encuestados manifiesta que el cierre están un nivel entre regular y malo, considerando este el resultado que se encontró lo podemos comparar con el estudio de Vega y Herrera (2021). En su estudio cuantitativo correlacional basados en la teoría de planeación estratégica aplicada de Goodstein y Pfeiffer (1984). Cuyo propósito primordial fue determinar si la estrategia financiera incide en el desarrollo del rubro transporte de carga pesada terrestre-Lima. Los resultados lograron afirmar que un 95,5% aplican una estrategia financiera para sus empresas considerando de gran importancia aplicar estrategias financieras a la vez, asimismo se logró encontrar que las informaciones financieras son de real importancia, evitando riesgos empresariales en el sector terrestre. Se concluyó en profundizar estos estudios ya que permitirán un antecedente que ayude en la estrategia financiera en el rubro transporte de la ciudad de Lima. El estudio finalmente se contrastó con la teoría del intercambio social, el mismo que está basado en la psicología de grupos, describiéndola como

una relación comercial voluntaria que busca los beneficios de las partes involucradas entre las partes que conforman el intercambio, en donde el beneficio es recíproco entre todas las partes que están conformando el intercambio, esperando una comprensión de cada comportamiento organizacional. (Mejía, et. al., 2019) Se puede interpretar la importancia de las estrategias financieras en el rubro de ventas, la cual se encuentra muy relacionada al cierre de ventas, permitiendo que cada organización establezca modelos de negocio de acuerdo a la oferta y demanda, para ello se debe capacitar al área de ventas para el momento del cierre de venta y mediante estos factores lograr influir en la elasticidad de la demanda.

VI. CONCLUSIONES

Primera

Se determinó que existe una correlación positiva muy fuerte entre la estrategia de gestión financiera y la venta, con un coeficiente de rho Spearman de 0,788, asimismo se obtuvo una significancia bilateral de 0,000. Los resultados obtenidos demostraron que para el 40% de los encuestados la estrategia de gestión financiera es deficiente y que para el 57,12% de los encuestados manifiesta que la venta es esta un nivel entre regular y malo.

Segunda

Se determinó que existe una correlación positiva muy fuerte entre la estrategia de gestión financiera y la preparación, con un coeficiente de rho Spearman de 0,774, y una significancia bilateral de 0,000.

Tercera

Se determinó que existe una correlación positiva muy fuerte entre la estrategia de gestión financiera y la concertación, con un coeficiente de rho Spearman de 0,816, asimismo se obtuvo una significancia bilateral de 0,000.

Cuarta

Se determinó que existe una correlación positiva muy fuerte entre la estrategia de gestión financiera y el contacto y presentación, con un coeficiente de rho Spearman de 0,785, asimismo se obtuvo una significancia bilateral de 0,000.

Quinta

Se determinó que existe una correlación positiva considerable entre la estrategia de gestión financiera y el sondeo y necesidades, con coeficiente de rho Spearman de 0,712, asimismo se obtuvo una significancia bilateral de 0,000.

Sexta

Se determinó que existe una correlación positiva considerable entre la estrategia de gestión financiera y la argumentación, con coeficiente de rho Spearman de 0,719, asimismo se obtuvo una significancia bilateral de 0,000.

Séptima

Se determinó que existe una correlación positiva considerable entre las estrategias de gestión financiera y las objeciones, con coeficiente de rho Spearman de 0,706, asimismo se obtuvo una significancia bilateral de 0,000.

Octava

Se determinó que existe una correlación positiva muy fuerte entre la estrategia de gestión financiera y el cierre, con coeficiente de rho Spearman de 0,780, asimismo se obtuvo una significancia bilateral de 0,000.

VII. RECOMENDACIONES

Primera

Se recomienda al responsable de la empresa, implementar un plan estratégico financiero, considerando el riesgo financiero del mercado, el capital de trabajo, así como la rentabilidad, lo cual traería como consecuencia mejorar las ventas mediante el aumento de la cantidad de bienes.

Segunda

Se recomienda al responsable de la empresa, la formulación de **estrategias financieras** a través de una eficiente estructura financiera estableciendo como acciones la aplicación de fuentes de financiamiento invertidos en el activo, así como un presupuesto de gastos previsional, la misma que permitirá ayudar a la preparación de ventas a través de la atención y disposición de sus clientes reales y potenciales.

Tercera

Se recomienda al responsable de la empresa, la elaboración de **estrategias financieras** teniendo en cuenta el riesgo financiero y las probabilidades de una ocurrencia negativa, estableciendo como acción de identificación, mitigación y transferencia del riesgo financiero minimizando a que se produzca una situación negativa que pueda provocar pérdidas, la misma que permitirá ayudar a la concertación de la visita mejorando la localización del cliente, así como sus canales de atención.

Cuarta

Se recomienda al responsable de una empresa la aplicación de estrategias financieras, desarrollando entre sus acciones un plan que responda y de cuenta a la rentabilidad empresarial estableciendo periodos de la recuperación de la inversión y la utilización de indicadores, destacando entre ellos la rentabilidad esperada ofreciendo soluciones a cada posible obstáculo presentado, la misma que

permitirá ayudar al contacto y presentación de la venta estableciendo metas objetivas y cuantificables ayudando al rendimiento del capital.

Quinta

Se recomienda al responsable de la empresa, la ejecución de estrategias financieras, teniendo en cuenta la rentabilidad económica de la empresa, estableciendo entre sus acciones la medición de la relación utilidad y la ganancia obtenida mediante indicadores que expresen ganancias a través de sus inversiones, realizando un análisis de mercado y el desarrollo de un plan financiero, ayudando a aumentar el volumen de ventas a través del sondeo y necesidades, identificando con precisión a cada cliente potencial

Sexta

Se recomienda al responsable de la empresa, desarrollar **estrategias financieras**, teniendo en cuenta la rentabilidad financiera a través del ROE estableciendo acciones a través de un análisis financiero para pronosticar la rentabilidad cuyo indicador ayudará a medir los beneficios que logra la empresa en relación con los recursos propios, la misma que permitirá mejorar a través de la argumentación de la venta, estableciendo ventajas en el producto, así como en servicios adicionales.

Séptima

Se recomienda al responsable de la empresa, aplicar estrategias financieras, a través de un aumento del capital de trabajo, estableciendo acciones que optimicen de manera proactiva a través de procesos que promuevan la transparencia y responsabilidad, permitiendo aumentar nuestra liquidez a mediano plazo y asegurando un crecimiento sostenible a largo plazo, la misma que permitirá se ayudará de las objeciones en la venta a través de la justificación de la compra.

Octava

Se recomienda al responsable de la empresa la ejecución de estrategias financieras, gestionando de manera eficiente el efectivo de las cuentas corrientes, estableciendo acciones como un plan de cuentas que permita registrar cada hecho

contable de forma ordena y sistemática, creando estrategias de cuentas por cobrar e instaurar políticas de créditos y cobranzas, las misma que permitirá manejar un buen cierre de ventas, a través de su concertación y seguimiento oportuno.

Novena

Para finalizar se recomienda a los futuros investigadores tomar en cuenta los hallazgos del presente estudio para tenerlo en cuenta como punto de partida o complemento bajo la metodología diferente al presente trabajo, lo cual les permitirá discutir nuevos hallazgos.

REFERENCIAS

- Acosta et al, (2018) la administración de vetas conceptos claves el siglo XXI
- Arévalo, M.; Escobar, S. y Sánchez, W. (2019) La gestión financiera y la incidencia en la recuperación de la inversión en el sector hotelero de la ciudad de Puyo. Revista dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores. Año: VI. Número: Edición Especial.
- Alarcón, O. (2017). Teoría del Pecking Order: ¿Aplicación en Colombia?, una revisión bibliográfica. 139-154. ISSN 1900-0642. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6676016>
- Alarcón, E. (2020). Gestión del Financiamiento y su Impacto en la Rentabilidad de una Empresa Importadora de Repuestos de Autos, Lima 2019. (Tesis pregrado). Universidad Peruana de las Américas. Perú. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/1322>
- Artal, M. (2015). Dirección de Ventas. Organización del Departamento de Ventas y Gestión de vendedores. (Décima edición). Esic editorial.
- Besley, S., & Brigham, E. (2016). Finc. Mexico: Cengage learning
- Córdova y Morales (2018). Estrategias financieras para impulsar el crecimiento económico de la Empresa Representaciones y Servicios HJ EIRL. San Ignacio 2016. (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán. Chiclayo. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/4829>
- Chaves, E., & Rodríguez, L. (2018). Análisis de confiabilidad y validez de un cuestionario sobre entornos personales de aprendizaje (PLE). *Revista Ensayos Pedagógicos*, 13(1), 71-106. <https://doi.org/10.15359/rep.13-1.4>
- Díaz, G. y Salazar, D. (2021). Quality as a strategic tool for business management. *Podium*, (39), 19-36. Epub 28 de junio de 2021. <https://doi.org/10.31095/podium.2021.39.2>
- Dos Santos, J, Martins, A. & Fernandes, P. (2018). The importance to financial information in the decision-making process in company's family

structure. *Contaduría y administración*, 63(spe2), 1091-1113. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1727>

Dueñas, A., Prieto, K., y Sánchez, J. (2017). Análisis de rentabilidad y riesgo de un portafolio de inversión, aplicando el modelo de Harry Markowitz. (tesis de pregrado). Universidad Católica de Colombia. <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15427/1/Analisis%20Modelo%20Harry%20Markowitz.pdf>

Espino, L. (2018) Plan de gestión comercial para incrementar las ventas en la empresa repuestos para motos importaciones san Carlos E.I.R.L Universidad de Lambayeque. Perú. <https://repositorio.udl.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/UDL/184/Tesis%20Espino%20Montenegro.pdf?sequence=3>.

Estrada, Y. y Acevedo, A. (2019). Financial strategies for the intervention of pymes in economic crisis. (Tesis de grado). Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria. Medellín. Colombia. <https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/544/ESTRATEGIAS%20FINANCIERAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Fajardo, M., y Soto, C. (2017) Gestión Financiera Empresarial, Redes 2017. <http://104.207.147.154:8080/bitstream/54000/1205/1/Fajardo-Gesti%c3%b3n%20financiera.pdf>

Flores, J. (2015). Análisis e interpretación de estados financiero. Lima: Centro de especialización en contabilidad y finanzas EIRL.

Ganga, F., Quiroz, J., & Maluk, S. A. (2015). ¿Qué hay de nuevo en la teoría de agencia (TA)? Algunos trabajos teóricos y empíricos aplicados a las organizaciones. *Prisma Social*, (15),685-707.[fecha de Consulta 6 de Noviembre de 2022]. ISSN: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=353744533019>

Galarza, O. (2020). Pasos para elaborar una tesis de tipo correlacional, Biblioteca Nacional del Perú con el Nro. 2020-00802.Lima. http://cliic.org/2020/Taller-Normas-APA-2020/libro-elaborar-tesis-tipo-correlacional-octubre-19_c.pdf

- García, J. Galarza, S. y Altamirano, A. (2017) Importancia de la administración eficiente del capital de trabajo en las Pymes Revista Ciencia Unemi, vol. 10, núm. 23, pp. 30-39, 2017 Universidad Estatal de Milagro Ecuador <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol10iss23.2017pp30-39p>
- Gavidia y Arreiza (2019) Gestión del capital de trabajo como estrategia financiera para el desarrollo empresarial Universidad perruna unión ;<https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/2490>
- Gaytan, J. (2021). Estrategia financiera, teorías y modelos. Mercados y Negocios, núm. 44, pp. 97-112, 2021. <https://doi.org/10.32870/myn.v0i44.7647>
- Gonzales, P., Zinno, F., y Barbei, A. (2018). Estructura de capital: revisión de la literatura y propuesta de investigación. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de la plata. Argentina. <https://www.econo.unlp.edu.ar/frontend/media/52/15052/16814454d53f283fdabfbaa2c229e127.pdf>
- Guiaja, M. & Guiaja, R. (2019). Metodología de la Investigación científica. Perú. GUIGRAF E.I.R.L
- Hayes, B. (2019). Como medir la satisfacción del cliente: desarrollo y utilización de cuestionarios. 2. Ed. España: Gestión. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=245160>
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. Sexta edición, Editorial M Graw Hill educación, Colombia. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Mc Graw Hill Education. <https://es.ok.lat/book/5375854/6f5ae2>
- Huacchilo, L., Ramos, E. y Pulache, J. (2020). Financial management and its incidence in the making of financial decisions. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 356-362. Epub 02 de abril de 2020. Recuperado en 16 de septiembre de 2022, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000200356&lng=es&tlng=es.

- Infantas, C. (2020). Determinantes de la estructura de capital de las empresas peruanas más representativas en el mercado bursátil. Acercamiento empírico desde la teoría del pecking order. (Tesis pregrado). Universidad de Lima. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/12115>
- Johnston, M. y Marshall, G. (2016). Sales Force Management: Leadership, Innovation, Technology. Routledge. <https://es.b-ok.lat/book/5011503/16139d>
- López, L., y Quinteros, S. (2020). Gestión financiera y rentabilidad de la Asociación de Productores Mishky Cacao, Chazuta, 2020. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de San Martín. Perú. <https://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/4318/CONTABILIDAD%20-%20Liz%20Margarita%20L%C3%B3pez%20Ram%C3%ADrez%20%26%20Sindel%20Jennifer%20Quinteros%20Ochoa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- López, C. Erazo, J. Narvaez, C. y Moreno, V. (2020). Financial management based on the creation of value for the services micro-business sector. Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, vol. 5, núm. 10, pp. 427-454, 2020. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.701>
- Lázcoz, I. (2019). El arte de vender. España. Editorial Almuzara.
- Martínez, F. J., & Luna, P. (2016). Marketing en la Sociedad del Conocimiento- Claves Para la Empresa. Las Rozas (Madrid): Delta Publicaciones Universitarias S.L. [https://books.google.com.pe/books?id=soKtuGCkc8EC&pg=PR4&lpg=PR4&dq=Marketing+en+la+Sociedad+del+Conocimiento+Claves+Para+la+Empresa.+Las+Rozas+\(Madrid\):+Delta+Publicaciones+Universitarias+S.L.&source=bl&ots=7qID6RY0WM&sig=ACfU3U0GYTb5N3e0hil8XndmNt48vO8oLA&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjHuJX3ga76AhV7H7kGHeILDScQ6AF6BAgTEAM#v=onepage&q=Marketing%20en%20la%20Sociedad%20del%20Conocimiento-%20Claves%20Para%20la%20Empresa.%20Las%20Rozas%20\(Madrid\)%3A%20Delta%20Publicaciones%20Universitarias%20S.L.&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=soKtuGCkc8EC&pg=PR4&lpg=PR4&dq=Marketing+en+la+Sociedad+del+Conocimiento+Claves+Para+la+Empresa.+Las+Rozas+(Madrid):+Delta+Publicaciones+Universitarias+S.L.&source=bl&ots=7qID6RY0WM&sig=ACfU3U0GYTb5N3e0hil8XndmNt48vO8oLA&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjHuJX3ga76AhV7H7kGHeILDScQ6AF6BAgTEAM#v=onepage&q=Marketing%20en%20la%20Sociedad%20del%20Conocimiento-%20Claves%20Para%20la%20Empresa.%20Las%20Rozas%20(Madrid)%3A%20Delta%20Publicaciones%20Universitarias%20S.L.&f=false)

- Mejía, V. Mendoza, S. Prado, M. y Schreiber, M. (2019). Evaluación de las relaciones comerciales entre fabricantes y distribuidores del canal de distribución de ladrillos cerámicos en Lima Metropolitana. (Tesis de posgrado). Universidad Esan. Perú.
https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1605/2019_M_ATP17-1_04_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Odongo, J. (2018) Effects of financial management practices on financial performance of large construction companies in Nairobi county, Kenya (Tesis de pregrado). The University Nairobi.
http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/105836/Odongo_Effects%20Of%20Financial%20Management%20Practices%20On%20Financial%20Performance%20Of%20Large%20Construction%20Companies%20In%20Nairobi%20County,%20Kenya..pdf?sequence=1
- Parra, E. y Madero, C. (2015). Estrategias de ventas y negociación. Panorama Editorial.
- Pérez, J. (2015). La gestión financiera de la empresa. Esic Editorial
- Perrotini, I. (2002). La economía de la información asimétrica: microfundamentos de competencia imperfecta. Revista de la Facultad de economía. BUAP. Volumen 07, pagina 019. <https://www.redalyc.org/pdf/376/37601903.pdf>
- Panadés, J. (2012). Tasa impositiva única y cumplimiento fiscal. *El trimestre económico*, 79(314), 311-332. Recuperado en 06 de noviembre de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-718X2012000200311&lng=es&tlng=es.
- Quicaño, S. (2022). El planeamiento financiero y su influencia en la toma de decisiones en una asociación de comerciantes de la Av. Perú en SMP, 2021. (Tesis pregrado). Universidad Peruana de las Américas. Perú.
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/2684>
- Ríos, P. (25 de junio de 2021). *¿Qué son las ventas? Conceptos clave y tipos*. Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/que-son-las-ventas>
- Roca, A. Montesinos, E. y Davila, G. (2020). Sustainable financial strategies applied to business risk situations: a literature review. *Revista De Investigación Valor*

Contable, 7(1), 79 - 90. Recuperado a partir de https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1398

Sánchez, V. (2019). La coyuntura, el campo de objetos y los parámetros de tiempo. Una aproximación metodológica.”.- Suplementos *Anthropos*; nº 45 (Septiembre 1994); 61ágs.. 45-53.

Sánchez, H. Reyes, C. y Mejía, K. (2018). Manual De Términos En Investigación Científica, Tecnológica Y Humanística. Perú. Bussiness Support Aneth S.R.L. <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>

Saavedra, M. y Espíndola, G. (2016). Use of financial planning in it smes in méxico. *Ciencias Administrativas*, núm. 8, pp. 15-31, 2016. <https://www.redalyc.org/journal/5116/511653788003/html/>

Saurín, K.; Marín, K.; Villafuerte de la Cruz, A. (2020). Gestión financiera y su incidencia en los resultados económicos-financieros de una empresa de transporte. *Balances*. Vol. 8, Núm. 12. <https://revistas.unas.edu.pe/index.php/Balances/article/view/236>

Segura, J. (2020). Estrategia financiera para mejorar la gestión económica en la empresa ABC Gráfica S.A.C. (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán. Chiclayo. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7355>

Terán, F. y García, N. (2020). Strategies for increasing sales: a case study micro-enterprise world of dreams. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES*, vol. 4, núm. 16, pp. 248-260, 2020. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v4i16.97>

Valderrama, S. (2015). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica. Lima: San Marcos, 2014, 495 pp.

Vargas I. y Sanoja M. (2020). Antiguas formaciones y modos de producción venezolanos. Caracas, Venezuela: Monte Ávila Editores.

Vega, C. y Herrera, J. (2021). Estrategias financieras y su incidencia en el desarrollo empresarial del sector transporte de carga pesada vía terrestre en Lima Metropolitana. (Tesis pregrado). Universidad de San Martín de Porres. Perú.

<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/8506>

- Velarde, M. (2020). Influencia de los riesgos financieros en la rentabilidad del sistema micro financiero del Perú, periodo 2018. (Tesis pregrado). Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Tacna. http://repositorio.unjbg.edu.pe/bitstream/handle/UNJBG/4104/89_2020_velarde_herencia_m_espg_doctorado_en_ciencias_contables_y_finacieras.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Yepes, D. y Restrepo, D. (2016). Determinantes del nivel de efectivo de las compañías colombianas. Lecturas de Economía, 85 (julio-diciembre 2016), pp. 243-276. <http://www.scielo.org.co/pdf/le/n85/0120-2596-le-85-00243.pdf>

ANEXOS

ANEXO 01: Tabla de operacionalización de variables

Tabla de operacionalización de la variable estrategia de gestión financiera

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala de Medición |
|----------------------------------|--|--|-----------------------|--|--|
| ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA | Gaytan (2021), indica que es un conjunto de áreas claves como lo son la inversión, la estructura de capital, los riesgos financieros, la rentabilidad, el manejo de su capital de trabajo y la gestión del efectivo, todos ellos necesarios para lograr la competitividad y un crecimiento armónico. | La variable estrategia de gestión financiera se analiza por intermedio de las 4 dimensiones que cuenta y es evaluado mediante un cuestionario. | Estructura de Capital | Deuda Capital propio | Ordinal Siempre (S) Casi siempre (CS) A veces (A) Casi nunca (CN) Nunca (N) |
| | | | Riesgo financiero | Perdida potencial Desvió de resultado esperados | |
| | | | Rentabilidad | Rentabilidad Económica Rentabilidad financiera | |
| | | | Capital de trabajo | Efectivo Cuentas por cobrar Inventarios | |

ANEXO 02: Tabla de operacionalización de variables

Tabla de operacionalización de la variable venta

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala de Medición |
|----------|--|---|---------------------------|---|--|
| VENTA | según el comité de definiciones de la American Marketing Asociación citado Acosta et al, (2018)) indica que la venta es “el proceso personal o impersonal que ayuda a persuadir a los clientes potenciales para la adquisición de diversos productos o servicios actuando favorablemente sobre ciertas ideas que tienen una importancia comercial sobre los vendedores. | La venta se analiza por intermedio de 7 dimensiones que es evaluado mediante el cuestionario, para medir esta variable. | Preparación | Disposición para atención de cliente reales Disposición para atención de cliente potenciales | Ordinal Siempre (S) Casi siempre (CS) A veces (A) Casi nunca (CN) Nunca (N) |
| | | | Concertación de la visita | Localización de cliente Canales de atención | |
| | | | Contacto y presentación | Conocimientos Propuesta de oferta | |
| | | | Sondeo y necesidades | Escucha activa Identificación Necesidades | |
| | | | Argumentación | Ventajas del producto Servicios adicionales | |
| | | | Objeciones | Dudas Justificación de la compra | |
| | | | Cierre | Concreción de la venta Seguimiento | |

ANEXO 03: Instrumento de recolección de datos

“ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA Y LA VENTA EN UNA EMPRESA DE MOTOCICLETAS, LIMA, 2022”.

OBJETIVO: Determinar la relación que existe entre estrategia de gestión financiera y la venta en una empresa de motocicletas, Lima, 2022

INSTRUCCIONES: Marque con una **X** la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

| SIEMPRE | CASI SIEMPRE | A VECES | CASI NUNCA | NUNCA |
|---------|--------------|---------|------------|-------|
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

| ITEM | PREGUNTA | VALORACIÓN | | | | |
|------|---|------------|---|---|---|---|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1 | La empresa para realizar sus operaciones utiliza el financiamiento externo. | | | | | |
| 2 | La empresa hace el análisis y evaluación permanente del impacto financiero | | | | | |
| 3 | El capital proveniente de un financiamiento interno se emplea para el desarrollo de nuevos proyectos e inversiones. | | | | | |
| 4 | La empresa invierte el capital interno en proyectos para el desarrollo de la venta. | | | | | |
| 5 | Considera que la empresa está en condiciones de cubrir sus costos financieros incurridos en sus operaciones propias | | | | | |
| 6 | Considera que la empresa puede hacer frente a sus obligaciones contraídas ante algún imprevisto. | | | | | |
| 7 | Considera que los mercados del rubro, se enfrentan de manera constante a diversos riesgos financieros. | | | | | |
| 8 | La empresa posee un plan para mitigar un daño o reducir las posibilidades de obtener un resultado negativo. | | | | | |
| 9 | La empresa emplea la rentabilidad económica de sus resultados del ejercicio como ratios para luego analizarlos. | | | | | |
| 10 | Considera que los productos que comercializa la empresa son rentables. | | | | | |
| 11 | La empresa evalúa la rentabilidad financiera de sus productos para incrementar el patrimonio neto de la empresa. | | | | | |
| 12 | La empresa evalúa los indicadores de rentabilidad financiera para tomar decisiones de inversión | | | | | |
| 13 | Existen políticas internas de manejo de efectivo para asegurar un adecuado nivel de liquidez empresarial. | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 14 | Existe un sistema de registro de movimientos de efectivo en el que se pueda dar seguimiento y gestionar los niveles de liquidez de la empresa. | | | | | |
| 15 | Se disponen de políticas crediticias para otorgar ventas al crédito y evitar el riesgo de impago de las deudas por cobrar. | | | | | |
| 16 | Se cuenta con cronogramas y estrategias de cobranza para ejecutar los cobros pendientes en los plazos pactados y evitar pérdida de liquidez por las deudas morosas. | | | | | |
| 17 | Se dispone de un registro completo y actualizado de los inventarios, en el cual se clasifiquen los activos de acuerdo a su capacidad de liquidez | | | | | |
| 18 | El personal a cargo analiza constantemente diversos proveedores y oportunidades en el mercado que le permiten disminuir costos y disponer de mayor liquidez en la empresa. | | | | | |
| 19 | La empresa cuenta con una base de información que contemple a los datos de los clientes nuevos o frecuentes. | | | | | |
| 20 | La empresa tiene mapeado su mercado objetivo para dirigir a su fuerza de ventas, ya sea por sector o zona. | | | | | |
| 21 | La empresa tiene un cronograma de visitas al cliente de acuerdo a un plan estratégico de ventas. | | | | | |
| 22 | La empresa para contactar a sus clientes los realiza a través de diversos canales como llamadas telefónicas, email o Facebook. | | | | | |
| 23 | Todos los vendedores antes de ofertar sus productos conocen las características y atributos del mismo. | | | | | |
| 24 | Los trabajadores están informados sobre los beneficios de los productos que se venden para poder transmitirlo a los clientes. | | | | | |
| 25 | Los vendedores poseen habilidades para saber escuchar a sus posibles clientes y de acuerdo a ello plasmar la compra. | | | | | |
| 26 | La empresa a través de su fuerza de ventas identifica las necesidades de los clientes para concretar la venta. | | | | | |
| 27 | La fuerza de ventas posee argumentos parar demostrar las ventajas de producto para la venta. | | | | | |
| | | | | | | |
| 28 | La fuerza de ventas utiliza como argumento los servicios adicionales que ofrece la empresa para concretar la venta. | | | | | |
| 29 | Los vendedores están preparados para contrarrestar alguna duda u objeciones por parte del cliente. | | | | | |
| 30 | Los vendedores poseen estrategias que justifiquen los beneficios del producto antes de ser adquirido. | | | | | |
| 31 | La fuerza de ventas utiliza la estrategia del descuento para el cierre de ventas | | | | | |
| 32 | La empresa posee un plan de seguimiento al cliente, que permita fidelizarlo ante una posterior compra. | | | | | |

Gracias por su colaboración

ANEXO 04: Validez del instrumento

Lista de Expertos

| <i>Expertos</i> | <i>Grado académico</i> | <i>Validación</i> |
|--|------------------------|-------------------|
| <i>Héctor Pariona Preciado</i> | <i>Maestría</i> | <i>Aplicada</i> |
| <i>Guillermo Vicente Lozan Maykawa</i> | <i>Maestría</i> | <i>Aplicada</i> |
| <i>Mirko Villalta Gonzales</i> | <i>Maestría</i> | <i>Aplicada</i> |

Fuente propia

12/10/22, 10:15

about:blank



PERÚ

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior Universitaria

Dirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos

REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES

| Graduado | Grado o Título | Institución |
|--|--|---|
| PARIONA PRECIADO, HECTOR DNI 42171902 | ECONOMISTA Fecha de diploma: 30/04/2010 Modalidad de estudios: - | UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO <i>PERU</i> |
| PARIONA PRECIADO, HECTOR DNI 42171902 | BACHILLER EN CIENCIAS ECONOMICAS Fecha de diploma: 07/07/2006 Modalidad de estudios: - Fecha matricula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***) | UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO <i>PERU</i> |
| PARIONA PRECIADO, HECTOR DNI 42171902 | MAGISTER EN ADMINISTRACION ADMINISTRACION Fecha de diploma: 10/12/14 Modalidad de estudios: - Fecha matricula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***) | UNIVERSIDAD ESAN <i>PERU</i> |

**PERÚ**

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos**REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES**

| Graduado | Grado o Título | Institución |
|---|--|---|
| LOZAN MAYKAWA, GUILLERMO VICENTE DNI 43294989 | BACHILLER EN CIENCIAS MILITARES Fecha de diploma: 12/10/2012 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***) | ESCUELA MILITAR DE CHORRILLOS "CORONEL FRANCISCO BOLOGNESI" <i>PERU</i> |
| LOZAN MAYKAWA, GUILLERMO VICENTE DNI 43294989 | LICENCIADO EN CIENCIAS MILITARES ESPECIALIDAD: INFANTERIA CON MENCION: ADMINISTRACION Fecha de diploma: 19/10/2012 Modalidad de estudios: - | ESCUELA MILITAR DE CHORRILLOS "CORONEL FRANCISCO BOLOGNESI" <i>PERU</i> |
| LOZAN MAYKAWA, GUILLERMO VICENTE DNI 43294989 | MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Fecha de diploma: 23/03/16 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 01/01/1999 Fecha egreso: 25/09/2015 | UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA ASOCIACIÓN CIVIL <i>PERU</i> |
| LOZAN MAYKAWA, GUILLERMO VICENTE DNI 43294989 | BACHILLER EN RELACIONES INDUSTRIALES Fecha de diploma: 11/06/2004 Modalidad de estudios: - Fecha matrícula: Sin información (***) Fecha egreso: Sin información (***) | UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES <i>PERU</i> |
| LOZAN MAYKAWA, GUILLERMO VICENTE DNI 43294989 | LICENCIADO EN RELACIONES INDUSTRIALES Fecha de diploma: 03/12/2004 Modalidad de estudios: - | UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES <i>PERU</i> |

**PERÚ**

Ministerio de Educación

Superintendencia Nacional de
Educación Superior UniversitariaDirección de Documentación e
Información Universitaria y
Registro de Grados y Títulos**REGISTRO NACIONAL DE GRADOS ACADÉMICOS Y TÍTULOS PROFESIONALES**

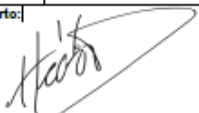
| Graduado | Grado o Título | Institución |
|--|---|--|
| VILLALTA GONZALES, MIRKO DNI 09736593 | BACHILLER EN INGENIERIA INDUSTRIAL Fecha de diploma: 03/05/96 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 16/08/1995 Fecha egreso: 18/04/1996 | UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO <i>PERU</i> |
| VILLALTA GONZALES, MIRKO DNI 09736593 | BACHILLER EN CONTABILIDAD Fecha de diploma: 15/10/12 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 23/08/2010 Fecha egreso: 15/05/2012 | UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO <i>PERU</i> |
| VILLALTA GONZALES, MIRKO DNI 09736593 | INGENIERO INDUSTRIAL Fecha de diploma: 24/03/97 Modalidad de estudios: PRESENCIAL | UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO <i>PERU</i> |
| VILLALTA GONZALES, MIRKO DNI 09736593 | MAESTRO EN TRIBUTACION Fecha de diploma: 10/03/17 Modalidad de estudios: PRESENCIAL Fecha matrícula: 04/04/2005 Fecha egreso: 30/07/2005 | UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO <i>PERU</i> |

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| Título de la Investigación: *ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA Y LA VENTA EN UNA EMPRESA DE MOTOCICLETAS. LIMA, 2022* | | | | | | | |
|--|-----------------------|-------------------------------|--|--|---------------------|-----------|-----------------------------|
| Apellidos y nombre del investigador: Cullí Bravo Cinthya – Puerta Santillana Cristian | | | | | | | |
| Apellidos y nombre del experto: Mgr. Héctor Pariona Praelado | | | | | | | |
| ASPECTO POR EVALUAR | | | | | OPINIÓN DEL EXPERTO | | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEM /PREGUNTA | ESCALA | SI CUMPLE | NO CUMPLE | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS |
| ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA | ESTRUCTURA DE CAPITAL | DEUDA | 1. Considera que la ética en las relaciones empresariales puede influenciar para obtener un buen clima laboral | 5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca | x | | |
| | | | 2. La empresa hace el análisis y evaluación permanente del impacto financiero | | x | | |
| | | CAPITAL PROPIO | 3.El capital proveniente de un financiamiento interno se emplea para el desarrollo de nuevos proyectos e inversiones | | x | | |
| | | | 4. La empresa invierte el capital interno en proyectos para el desarrollo de la venta | | x | | |
| | RIESGO FINANCIERO | PERDIDA POTENCIAL | 5. Considera que la empresa está en condiciones de cubrir sus costos financieros incurridos en sus operaciones propias | | x | | |
| | | | 6. Considera que la empresa puede hacer frente a sus obligaciones contraídas ante algún imprevisto. | | x | | |
| | | DESVIÓ DE RESULTADO ESPERADOS | 7. Considera que los mercados del rubro, se enfrentan de manera constante a diversos riesgos financieros. | | x | | |
| | | | 8. La empresa posee un plan para mitigar un daño o reducir las posibilidades de obtener un resultado negativo. | | x | | |
| | RENTABILIDAD | RENTABILIDAD ECONOMICA | 9. La empresa emplea la rentabilidad económica de sus resultados del ejercicio como ratios para luego analizarlos. | | x | | |
| | | | 10. considera que los productos que comercializa la empresa son rentables. | | x | | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| | | | | | | |
|--------------------|---|--|-------------------|--|--|--|
| | RENTABILIDAD FINANCIERA | 11. La empresa evalúa la rentabilidad financiera de sus productos para incrementar el patrimonio neto de la empresa. | x | | | |
| | | 12. La empresa evalúa indicadores de mejora para la rentabilidad financiera. | x | | | |
| | EFECTIVO | 13. Existen políticas internas de manejo de efectivo para asegurar un adecuado nivel de liquidez empresarial. | x | | | |
| | | 14. Existe un sistema de registro de movimientos de efectivo en el que se pueda dar seguimiento y gestionar los niveles de liquidez de la empresa. | x | | | |
| | CUANTAS POR COBRAR | 15. Se disponen de políticas crediticias para otorgar ventas al crédito y evitar el riesgo de impago de las deudas por cobrar. | x | | | |
| | | 16. Se cuenta con cronogramas y estrategias de cobranza para ejecutar los cobros pendientes en los plazos pactados y evitar pérdida de liquidez por las deudas morosas. | x | | | |
| | INVENTARIOS | 17. Se dispone de un registro completo y actualizado de los inventarios, en el cual se clasifiquen los activos de acuerdo a su capacidad de liquidez | x | | | |
| | | 18. El personal a cargo analiza constantemente diversos proveedores y oportunidades en el mercado que le permiten disminuir costos y disponer de mayor liquidez en la empresa. | x | | | |
| Firma del experto: |  | | Fecha: 08/10/2022 | | | |


Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION DE DATOS

| Titulo de la Investigación: "ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA Y LA VENTA EN UNA EMPRESA DE MOTOCICLETAS. LIMA, 2022" | | | | | | | |
|--|---------------------------|--|--|--|---------------------|------------|------------------------------|
| Apellidos y nombres del Investigador: Cullí Bravo Cinthya – Puerta Santillana Cristian | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del experto: Mgr. Héctor Pariona Praclado | | | | | | | |
| ASPECTO POR EVALUAR | | | | | OPINIÓN DEL EXPERTO | | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEM /PREGUNTA | ESCALA | SI CUMPL E | NO CUMPL E | OBSERVACION ES / SUGERENCIAS |
| LA VENTA | PREPARACIÓN | DISPOSICIÓN PARA ATENCIÓN DE CLIENTE REALES | 19. La empresa cuenta con una base de información que contemple a los datos de los clientes nuevos o frecuentes | 5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca | X | | |
| | | DISPOSICIÓN PARA ATENCIÓN DE CLIENTE POTENCIALES | 20. La empresa tiene mapeado su mercado objetivo para dirigir su fuerza de ventas, ya sea por sector, zona. | | X | | |
| | CONCERTACIÓN DE LA VISITA | LOCALIZACIÓN DE CLIENTE | 21. La empresa tiene un cronograma de visitas al cliente de acuerdo a un plan estratégico de ventas. | | X | | |
| | | CANALES DE ATENCIÓN | 22. La empresa para contactar a sus clientes los realiza a través de diversos canales como llamadas telefónicas, email o Facebook. | | X | | |
| | CONTACTO Y PRESENTACIÓN. | CONOCIMIENTOS | 23. Todos los vendedores antes de ofertar sus productos conocen las características y atributos del mismo. | | X | | |
| | | PROPUESTA DE OFERTA | 24. Los trabajadores están informados de los beneficios de los productos que se venden para poder transmitirlo a los clientes. | | X | | |
| | SONDEO Y NECESIDADES | ESCUCHA ACTIVA | 25. Los vendedores poseen habilidades para saber escuchar a sus posibles clientes y de acuerdo a ello plasmar la compra. | | X | | |
| | | IDENTIFICACIÓN NECESIDADES | 26. La empresa a través de su fuerza de ventas identifica las necesidades de los clientes para concretar la venta. | | X | | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

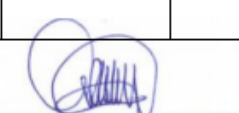
| | | | | | | |
|---|---------------|----------------------------|---|---|--|--|
| | ARGUMENTACIÓN | VENTAJAS DEL PRODUCTO | 27. La fuerza de ventas posee argumentos para demostrar las ventajas de producto para venta. | X | | |
| | | SERVICIOS ADICIONALES | 28. La fuerza de ventas utiliza como argumento los servicios adicionales que ofrece la empresa para concretar la venta. | X | | |
| | OBJECIONES | DUDAS | 29. Los vendedores están preparados para contrarrestar alguna duda u objeciones por parte del cliente. | X | | |
| | | JUSTIFICACIÓN DE LA COMPRA | 30. Los vendedores poseen estrategias que justifiquen los beneficios del producto antes de ser adquirido. | X | | |
| | CIERRE | CONCRECIÓN DE LA VENTA | 31. la fuerza de ventas utiliza la estrategia del descuento para el cierre de ventas. | X | | |
| | | SEGUIMIENTO | 32. La empresa posee un plan de seguimiento al cliente, que permita fidelizarlo ante una posterior compra | X | | |
| Firma del experto: | | | Fecha: 08/10/2022 | | | |
|  | | | | | | |

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| Título de la investigación: "ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA Y LA VENTA EN UNA EMPRESA DE MOTOCICLETAS. LIMA, 2022" | | | | | | |
|--|-----------------------|-------------------------------|--|--|---------------------|-------------------------|
| Apellidos y nombres del investigador: Cullí Bravo Cinthya - Puerta Santillana Cristian | | | | | | |
| Apellidos y nombres del experto: Mgr. MIRKO VILLALTA GONZALES | | | | | | |
| ASPECTO POR EVALUAR | | | | | OPINIÓN DEL EXPERTO | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEM /PREGUNTA | ESCALA | SI CUMPLE | NO CUMPLE / SUGERENCIAS |
| ESTRATEGIA DE GESTION FINANCIERA | ESTRUCTURA DE CAPITAL | DEUDA | 1. Considera que la ética en las relaciones empresariales puede influenciar para obtener un buen clima laboral | 5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca | X | |
| | | | 2. La empresa hace el análisis y evaluación permanente del impacto financiero | | X | |
| | | CAPITAL PROPIO | 3.El capital proveniente de un financiamiento interno se emplea para el desarrollo de nuevos proyectos e inversiones | | X | |
| | | | 4. La empresa invierte el capital interno en proyectos para el desarrollo de la venta | | X | |
| | RIESGO FINANCIERO | PERDIDA POTENCIAL | 5. Considera que la empresa está en condiciones de cubrir sus costos financieros incurridos en sus operaciones propias | | X | |
| | | | 6. Considera que la empresa puede hacer frente a sus obligaciones contraídas ante algún imprevisto. | | X | |
| | | DESVÍO DE RESULTADO ESPERADOS | 7. Considera que los mercados del rubro, se enfrentan de manera constante a diversos riesgos financieros. | | X | |
| | | | 8. La empresa posee un plan para mitigar un daño o reducir las posibilidades de obtener un resultado negativo. | | X | |
| | RENTABILIDAD | RENTABILIDAD ECONÓMICA | 9. La empresa emplea la rentabilidad económica de sus resultados del ejercicio como ratios para luego analizarlos. | | X | |
| | | | 10. considera que los productos que comercializa la empresa son rentables. | | X | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS


| | | | | | |
|--------------------|--|--|---|---|--|
| | RENTABILIDAD FINANCIERA | 11. La empresa evalúa la rentabilidad financiera de sus productos para incrementar el patrimonio neto de la empresa. | X | | |
| | | 12. La empresa evalúa indicadores de mejora para la rentabilidad financiera. | X | | |
| | EFFECTIVO | 13. Existen políticas internas de manejo de efectivo para asegurar un adecuado nivel de liquidez empresarial. | X | | |
| | | 14. Existe un sistema de registro de movimientos de efectivo en el que se pueda dar seguimiento y gestionar los niveles de liquidez de la empresa. | X | | |
| | CAPITAL DE TRABAJO | CUANTAS POR COBRAR | 15. Se disponen de políticas crediticias para otorgar ventas al crédito y evitar el riesgo de impago de las deudas por cobrar. | X | |
| | | | 16. Se cuenta con cronogramas y estrategias de cobranza para ejecutar los cobros pendientes en los plazos pactados y evitar pérdida de liquidez por las deudas morosas. | X | |
| | INVENTARIOS | 17. Se dispone de un registro completo y actualizado de los inventarios, en el cual se clasifiquen los activos de acuerdo a su capacidad de liquidez | X | | |
| | | 18. El personal a cargo analiza constantemente diversos proveedores y oportunidades en el mercado que le permiten disminuir costos y disponer de mayor liquidez en la empresa. | X | | |
| Firma del experto: |  Mirko villalta gonzales | Fecha <u>03/10/2022</u> | | | |

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| Título de la investigación: "ESTRATEGIA DE GESTION FINANCIERA Y LA VENTA EN UNA EMPRESA DE MOTOCICLETAS. LIMA, 2022" | | | | | | | |
|--|---------------------------|--|--|--|---------------------|-----------|-----------------------------|
| Apellidos y nombres del Investigador: Cullf Bravo Cinthya – Puerta Santillana Cristian | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del experto: Mgr. MIRKO VILLALTA GONZALES | | | | | | | |
| ASPECTO POR EVALUAR | | | | | OPINION DEL EXPERTO | | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEM /PREGUNTA | ESCALA | SI CUMPLE | NO CUMPLE | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS |
| LA VENTA | PREPARACIÓN | DISPOSICIÓN PARA ATENCIÓN DE CLIENTE REALES | 19. La empresa cuenta con una base de información que contemple a los datos de los clientes nuevos o frecuentes | 5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca | X | | |
| | | DISPOSICIÓN PARA ATENCIÓN DE CLIENTE POTENCIALES | 20. La empresa tiene mapeado su mercado objetivo para dirigir su fuerza de ventas, ya sea por sector, zona. | | X | | |
| | CONCERTACIÓN DE LA VISITA | LOCALIZACIÓN DE CLIENTE | 21. La empresa tiene un cronograma de visitas al cliente de acuerdo a un plan estratégico de ventas. | | X | | |
| | | CANALES DE ATENCIÓN | 22. La empresa para contactar a sus clientes los realiza a través de diversos canales como llamadas telefónicas, email o Facebook. | | X | | |
| | CONTACTO Y PRESENTACIÓN. | CONOCIMIENTOS | 23. Todos los vendedores antes de ofertar sus productos conocen las características y atributos del mismo. | | X | | |
| | | PROPUESTA DE OFERTA | 24. Los trabajadores están informados de los beneficios de los productos que se venden para poder transmitirlo a los clientes. | | X | | |
| | SONDEO Y NECESIDADES | ESCUCHA ACTIVA | 25. Los vendedores poseen habilidades para saber escuchar a sus posibles clientes y de acuerdo a ello plasmar la compra. | | X | | |
| | | IDENTIFICACIÓN NECESIDADES | 26. La empresa a través de su fuerza de ventas identifica las necesidades de los clientes para concretar la venta. | | X | | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| | | | | | | |
|--|---------------|----------------------------|---|---|--|--|
| | ARGUMENTACIÓN | VENTAJAS DEL PRODUCTO | 27. La fuerza de ventas posee argumentos para demostrar las ventajas de producto para venta. | X | | |
| | | SERVICIOS ADICIONALES | 28. La fuerza de ventas utiliza como argumento los servicios adicionales que ofrece la empresa para concretar la venta. | X | | |
| | OBJECIONES | DUDAS | 29. Los vendedores están preparados para contrarrestar alguna duda u objeciones por parte del cliente. | X | | |
| | | JUSTIFICACIÓN DE LA COMPRA | 30. Los vendedores poseen estrategias que justifiquen los beneficios del producto antes de ser adquirido. | X | | |
| | CIERRE | CONCRECIÓN DE LA VENTA | 31. la fuerza de ventas utiliza la estrategia del descuento para el cierre de ventas. | X | | |
| | | SEGUIMIENTO | 32. La empresa posee un plan de seguimiento al cliente, que permita fidelizarlo ante una posterior compra | X | | |
| Firma del experto: | | | Fecha <u>03/10/2022</u> | | | |
|  Mirko villalta.gonzales | | | | | | |

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| Título de la investigación: "ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA Y LA VENTA EN UNA EMPRESA DE MOTOCICLETAS. LIMA, 2022" | | | | | | | |
|--|-----------------------|-------------------------------|--|--|---------------------|-----------|-----------------------------|
| Apellidos y nombres del investigador: Cullí Bravo Cinthya – Puerta Santillana Cristian | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del experto: Mgtr. Guillermo Vicente, Lozan Maykawa | | | | | | | |
| ASPECTO POR EVALUAR | | | | | OPINIÓN DEL EXPERTO | | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEM /PREGUNTA | ESCALA | SI CUMPLE | NO CUMPLE | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS |
| ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA | ESTRUCTURA DE CAPITAL | DEUDA | 1. Considera que la ética en las relaciones empresariales puede influenciar para obtener un buen clima laboral | 5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca | X | | |
| | | | 2. La empresa hace el análisis y evaluación permanente del impacto financiero | | X | | |
| | | CAPITAL PROPIO | 3.El capital proveniente de un financiamiento interno se emplea para el desarrollo de nuevos proyectos e inversiones | | X | | |
| | | | 4. La empresa invierte el capital interno en proyectos para el desarrollo de la venta | | X | | |
| | RIESGO FINANCIERO | PERDIDA POTENCIAL | 5. Considera que la empresa está en condiciones de cubrir sus costos financieros incurridos en sus operaciones propias | | X | | |
| | | | 6. Considera que la empresa puede hacer frente a sus obligaciones contraídas ante algún imprevisto. | | X | | |
| | | DESVÍO DE RESULTADO ESPERADOS | 7. Considera que los mercados del rubro, se enfrentan de manera constante a diversos riesgos financieros. | | X | | |
| | | | 8. La empresa posee un plan para mitigar un daño o reducir las posibilidades de obtener un resultado negativo. | | X | | |
| | RENTABILIDAD | RENTABILIDAD ECONÓMICA | 9. La empresa emplea la rentabilidad económica de sus resultados del ejercicio como ratios para luego analizarlos. | | X | | |
| | | | 10. considera que los productos que comercializa la empresa son rentables. | | X | | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| | | | | | | | | |
|--|--------------------|-------------------------|--|---|-------------------|--|--|--|
| | CAPITAL DE TRABAJO | RENTABILIDAD FINANCIERA | 11. La empresa evalúa la rentabilidad financiera de sus productos para incrementar el patrimonio neto de la empresa. | X | | | | |
| | | | 12. La empresa evalúa indicadores de mejora para la rentabilidad financiera. | X | | | | |
| | | EFECTIVO | 13. Existen políticas internas de manejo de efectivo para asegurar un adecuado nivel de liquidez empresarial. | X | | | | |
| | | | 14. Existe un sistema de registro de movimientos de efectivo en el que se pueda dar seguimiento y gestionar los niveles de liquidez de la empresa. | X | | | | |
| | | CUANTAS POR COBRAR | 15. Se disponen de políticas crediticias para otorgar ventas al crédito y evitar el riesgo de impago de las deudas por cobrar. | X | | | | |
| | | | 16. Se cuenta con cronogramas y estrategias de cobranza para ejecutar los cobros pendientes en los plazos pactados y evitar pérdida de liquidez por las deudas morosas. | X | | | | |
| | | INVENTARIOS | 17. Se dispone de un registro completo y actualizado de los inventarios, en el cual se clasifiquen los activos de acuerdo a su capacidad de liquidez | X | | | | |
| | | | 18. El personal a cargo analiza constantemente diversos proveedores y oportunidades en el mercado que le permiten disminuir costos y disponer de mayor liquidez en la empresa. | X | | | | |
| | | Firma del experto: | | | Fecha: 12/10/2022 | | | |

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| Título de la investigación: "ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA Y LA VENTA EN UNA EMPRESA DE MOTOCICLETAS. LIMA, 2022" | | | | | | | |
|--|---------------------------|--|--|--|---------------------|-----------|-----------------------------|
| Apellidos y nombres del investigador: Cullí Bravo Cinthya – Puerta Santillana Cristian | | | | | | | |
| Apellidos y nombres del experto: Mgtr. Guillermo Vicente, Lozan Maykawa | | | | | | | |
| ASPECTO POR EVALUAR | | | | | OPINIÓN DEL EXPERTO | | |
| VARIABLES | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEM /PREGUNTA | ESCALA | SI CUMPLE | NO CUMPLE | OBSERVACIONES / SUGERENCIAS |
| LA VENTA | PREPARACIÓN | DISPOSICIÓN PARA ATENCIÓN DE CLIENTE REALES | 19. La empresa cuenta con una base de información que contemple a los datos de los clientes nuevos o frecuentes | 5= Siempre 4= Casi Siempre 3= A veces 2= Casi Nunca 1= Nunca | X | | |
| | | DISPOSICIÓN PARA ATENCIÓN DE CLIENTE POTENCIALES | 20. La empresa tiene mapeado su mercado objetivo para dirigir su fuerza de ventas, ya sea por sector, zona. | | X | | |
| | CONCERTACIÓN DE LA VISITA | LOCALIZACIÓN DE CLIENTE | 21. La empresa tiene un cronograma de visitas al cliente de acuerdo a un plan estratégico de ventas. | | X | | |
| | | CANALES DE ATENCIÓN | 22. La empresa para contactar a sus clientes los realiza a través de diversos canales como llamadas telefónicas, email o Facebook. | | X | | |
| | CONTACTO Y PRESENTACIÓN. | CONOCIMIENTOS | 23. Todos los vendedores antes de ofertar sus productos conocen las características y atributos del mismo. | | X | | |
| | | PROPUESTA DE OFERTA | 24. Los trabajadores están informados de los beneficios de los productos que se venden para poder transmitirlo a los clientes. | | X | | |
| | SONDEO Y NECESIDADES | ESCUCHA ACTIVA | 25. Los vendedores poseen habilidades para saber escuchar a sus posibles clientes y de acuerdo a ello plasmar la compra. | | X | | |
| | | IDENTIFICACIÓN NECESIDADES | 26. La empresa a través de su fuerza de ventas identifica las necesidades de los clientes para concretar la venta. | | X | | |

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

| | | | | | | |
|--------------------|---------------|----------------------------|---|---|--|--|
| | ARGUMENTACIÓN | VENTAJAS DEL PRODUCTO | 27. La fuerza de ventas posee argumentos para demostrar las ventajas de producto para venta. | X | | |
| | | SERVICIOS ADICIONALES | 28. La fuerza de ventas utiliza como argumento los servicios adicionales que ofrece la empresa para concretar la venta. | X | | |
| | OBJECIONES | DUDAS | 29. Los vendedores están preparados para contrarrestar alguna duda u objeciones por parte del cliente. | X | | |
| | | JUSTIFICACIÓN DE LA COMPRA | 30. Los vendedores poseen estrategias que justifiquen los beneficios del producto antes de ser adquirido. | X | | |
| | CIERRE | CONCRECIÓN DE LA VENTA | 31. la fuerza de ventas utiliza la estrategia del descuento para el cierre de ventas. | X | | |
| | | SEGUIMIENTO | 32. La empresa posee un plan de seguimiento al cliente, que permita fidelizarlo ante una posterior compra | X | | |
| Firma del experto: | | | Fecha <u>12/10/2022</u> | | | |

AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA

Yo Julio Cesar Biffi Martin identificado con DNI: 07638179, en mi calidad de jefe de área del área de Créditos y cobranzas de la empresa Promotora Genesis SAC con R.U.C N° 20294560204 ubicada en la ciudad de Lima.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

Al señor Cristian Puerta Santillana Identificado(s) con DNI N°43117338, de la ()Carrera profesional Contabilidad / Administración, para que utilice la siguiente información de la empresa: Cantidad de ventas totales y ventas realizadas por financieras.

con la finalidad de que pueda desarrollar su () Informe estadístico, ()Trabajo de Investigación, ()Tesis para optar el Título Profesional.

(X) Publique los resultados de la investigación en el repositorio institucional de la UCV.

(x) Mantener en reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o

() Mencionar el nombre de la empresa.


Julio Biffi M.
Jefe de créditos y Cobranzas
Teléf.- 99-750-5832

Firma y sello del Representante Legal

DNI: 07638179

El Estudiante declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Estudiante será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.


Firma del Estudiante

DNI: 43117338


Firma del Estudiante

DNI: 45603083

Lima, 03 de julio de 2022

Señor (a):
BIFFI MARTIN JULIO CESAR
JEFE DE CREDITOS Y COBRANZAS
SOCOPUR SAC
Presente.

Es grato dirigirme a usted para saludarlo, y a la vez manifestarle que dentro de mi formación académica en la experiencia curricular de investigación del IX ciclo de la universidad Cesar Vallejo, se contempla la realización de una encuesta con fines **netamente académicos**. Los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial, por tanto en forma voluntaria; Si NO () solicito su consentimiento para continuar con la encuesta, que tiene por objetivo determinar la relación que existe entre las estrategias de gestión financiera y las ventas en una empresa de motocicletas, Lima 2021,


Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo: cpuerta@ucvvirtual.edu.pe

|

Agradeciéndole anticipadamente por vuestro apoyo en favor de mi formación profesional, hago propicia la oportunidad para expresar las muestras de mi especial consideración.

Atentamente,


Cristian Puerta Santillana
DNI 43117338


Julio Biffi M.
Jefe de créditos y Cobranzas
Teléf. - 99-750-5832

ANEXO 07: Matriz de datos Prueba piloto

| VARIABLE :ESTRATEGIA DE GESTION FINANCIERA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----------------------------------|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | ESTRATEGIA DE GESTION FINANCIERA |
| 1 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 74 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 71 |
| 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 76 |
| 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 68 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 81 |
| 6 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 80 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 78 |
| 8 | 4 | 4 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 60 |
| 9 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 4 | 1 | 5 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 5 | 57 |
| 10 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 59 |
| 11 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 1 | 52 |
| 12 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 40 |

| VARIABLE :LAS VENTAS | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------------|----|
| | P19 | P20 | P21 | P22 | P23 | P24 | P25 | P26 | P27 | P28 | P29 | P30 | P31 | P32 | LAS VENTAS | |
| 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 65 |
| 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 57 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 65 | |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 59 | |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 1 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 47 | |
| 6 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 | 4 | 2 | 2 | 5 | 3 | 47 | |
| 7 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 42 | |
| 8 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 51 | |
| 9 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 41 | |
| 10 | 4 | 1 | 1 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 43 | |
| 11 | 5 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 45 | |
| 12 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 5 | 1 | 6 | 1 | 7 | 36 | |

Matriz de datos de la muestra

VARIABLE :ESTRATEGIA DE GESTION FINANCIERA

| VARIABLE :ESTRATEGIA DE GESTION FINANCIERA | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|--|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | ESTRATEGIA DE GESTION FINANCIERA |
| 1 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 74 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 71 |
| 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 76 |
| 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 4 | 68 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 81 |
| 6 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 80 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 78 |
| 8 | 4 | 4 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 2 | 60 |
| 9 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 4 | 1 | 5 | 2 | 1 | 1 | 1 | 4 | 5 | 57 |
| 10 | 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 59 |
| 11 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 1 | 52 |
| 12 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 40 |
| 13 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 38 |
| 14 | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 45 |
| 15 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 38 |
| 16 | 1 | 2 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 1 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 49 |
| 17 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 44 |
| 18 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 41 |
| 19 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 56 |
| 20 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 58 |
| 21 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 41 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 74 |
| 23 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 5 | 66 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 76 |
| 25 | 4 | 3 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 64 |
| 26 | 2 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 32 |
| 27 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 1 | 1 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 34 |
| 28 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 36 |
| 29 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 5 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 39 |
| 30 | 1 | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 5 | 1 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 47 |
| 31 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 39 |
| 32 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 35 |
| 33 | 2 | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 46 |
| 34 | 1 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 37 |
| 35 | 1 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 42 |

VARIABLE : LAS VENTAS

| | P19 | P20 | P21 | P22 | P23 | P24 | P25 | P26 | P27 | P28 | P29 | P30 | P31 | P32 | LAS VENTAS |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------------|
| 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 65 |
| 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 57 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 65 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 59 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 1 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 5 | 3 | 4 | 47 |
| 6 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 5 | 4 | 2 | 2 | 5 | 3 | 47 |
| 7 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 42 |
| 8 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 51 |
| 9 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 41 |
| 10 | 4 | 1 | 1 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 43 |
| 11 | 5 | 2 | 2 | 1 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 45 |
| 12 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 5 | 1 | 6 | 1 | 7 | 36 |
| 13 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 6 | 2 | 8 | 2 | 10 | 3 | 4 | 2 | 6 | 56 |
| 14 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 5 | 1 | 6 | 1 | 7 | 36 |
| 15 | 2 | 4 | 4 | 8 | 4 | 12 | 4 | 16 | 4 | 20 | 4 | 24 | 4 | 28 | 138 |
| 16 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 6 | 5 | 4 | 2 | 6 | 2 | 8 | 2 | 10 | 57 |
| 17 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 5 | 1 | 6 | 1 | 7 | 36 |
| 18 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 | 6 | 1 | 7 | 1 | 8 | 1 | 9 | 47 |
| 19 | 3 | 5 | 5 | 10 | 5 | 15 | 5 | 20 | 5 | 25 | 5 | 30 | 5 | 35 | 173 |
| 20 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 5 | 1 | 6 | 1 | 7 | 36 |
| 21 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 5 | 1 | 6 | 1 | 7 | 36 |
| 22 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 6 | 5 | 4 | 2 | 6 | 2 | 8 | 2 | 10 | 58 |
| 23 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 5 | 1 | 6 | 1 | 7 | 36 |
| 24 | 2 | 4 | 4 | 8 | 4 | 12 | 4 | 16 | 4 | 20 | 4 | 24 | 4 | 28 | 138 |
| 25 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 6 | 2 | 8 | 2 | 10 | 2 | 12 | 2 | 14 | 70 |
| 26 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 4 | 1 | 5 | 1 | 6 | 1 | 7 | 1 | 8 | 41 |
| 27 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 5 | 1 | 6 | 1 | 7 | 37 |
| 28 | 3 | 5 | 5 | 10 | 5 | 15 | 5 | 20 | 5 | 25 | 5 | 30 | 5 | 35 | 173 |
| 29 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 5 | 1 | 6 | 1 | 7 | 36 |
| 30 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 5 | 1 | 6 | 1 | 7 | 37 |
| 31 | 3 | 5 | 5 | 10 | 5 | 15 | 5 | 20 | 5 | 25 | 5 | 30 | 5 | 35 | 173 |
| 32 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 5 | 1 | 6 | 1 | 7 | 36 |
| 33 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 5 | 4 | 1 | 5 | 1 | 6 | 5 | 4 | 42 |
| 34 | 3 | 5 | 5 | 10 | 5 | 15 | 5 | 20 | 5 | 25 | 5 | 30 | 5 | 35 | 173 |
| 35 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 5 | 1 | 6 | 1 | 7 | 36 |

ANEXO 08: Matriz de consistencia

| Formulación del problema | Objetivos | Hipótesis | Variable | Dimensiones | Indicadores | Métodos |
|--|--|--|--|---|--|---|
| <p>Problema General ¿Qué relación existe entre la estrategia de gestión financiera y la venta en una empresa de motocicletas, Lima, 2022?</p> | <p>Objetivo General Determinar la relación que existe entre la estrategia de gestión financiera y la venta en una empresa de motocicletas, Lima, 2022</p> | <p>Hipótesis General Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y la venta en una empresa de motocicletas, Lima, 2022</p> | <p>Estrategia de gestión financiera</p> | Estructura de Capital | Deuda | <p>Tipo de Inv. Básica</p> <p>Diseño de Inv. No experimental</p> <p>Nivel: Correlacional</p> <p>Enfoque Cuantitativo</p> <p>Población: 35</p> <p>Muestra: 35</p> <p>Técnicas: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> |
| | | | | | Capital propio | |
| | | | | Riesgo financiero | Perdida potencial | |
| | | | | | Desvió de resultado esperado | |
| | | | | Rentabilidad | Rentabilidad Económica | |
| | | | | | Rentabilidad financiera | |
| | | | | Capital de trabajo | Efectivo | |
| | | | | | Cuentas por cobrar | |
| | | | | | Inventario | |
| | | | | Preparación | Disposición para atención de cliente reales | |
| | | | | | Disposición para atención de cliente potenciales | |
| | | | | <p>Problemas específicos ¿Qué relación existe entre las estrategias de gestión financiera y la Preparación en una empresa de motocicletas, Lima 2022? ¿Qué relación existe entre las estrategias de gestión financiera y la Concertación de la visita en una empresa de motocicletas, Lima 2022? ¿Qué relación existe entre las estrategias de gestión financiera y el Contacto y presentación en una empresa de motocicletas, Lima, ¿2022? ¿Qué relación existe entre las estrategias de gestión financiera y el sondeo y</p> | <p>Objetivos Específicos Determinar la relación entre las estrategias de gestión financiera y la preparación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022 Determinar la relación entre las estrategias de gestión financiera y la Concertación de la visita en una empresa de motocicletas, Lima, 2022 Determinar la relación entre las estrategias de gestión financiera y el Contacto y presentación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022 Determinar la relación entre las estrategias de gestión financiera y el</p> | |
| | Canales de atención | | | | | |
| Contacto y presentación | Conocimientos | | | | | |
| | Propuesta de oferta | | | | | |
| Sondeo y necesidades | Escucha activa | | | | | |
| | Identificación Necesidades | | | | | |
| Argumentación | Ventajas del producto | | | | | |
| | Servicios adicionales | | | | | |
| Objeciones | Dudas | | | | | |
| | Justificación de la compra | | | | | |
| Cierre | Concreción de la venta | | | | | |
| | Seguimiento | | | | | |

| | | | | | | |
|--|---|---|--|--|--|--|
| <p>necesidades en una empresa de motocicletas, Lima, 2022? ¿Qué relación que existe entre las estrategias de gestión financiera y la Argumentación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022? ¿Qué relación que existe entre las estrategias de gestión financiera y las Objeciones en una empresa de motocicletas, Lima, 2022? ¿Qué relación que existe entre las estrategias de gestión financiera y el Cierre en una empresa de motocicletas, Lima, 2022?</p> | <p>sondeo y necesidades en una empresa de motocicletas, Lima, 2022 Determinar la relación entre las estrategias de gestión financiera y la Argumentación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022 Determinar la relación entre las estrategias de gestión financiera y las Objeciones en una empresa de motocicletas, Lima, 2022 Determinar la relación entre las estrategias de gestión financiera y el Cierre en una empresa de motocicletas, Lima, 2022</p> | <p>motocicletas, Lima, 2022; (4) Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y el sondeo de necesidades en una empresa de motocicletas, Lima, 2022; (5) Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y la argumentación en una empresa de motocicletas, Lima, 2022; (6) Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y las objeciones en una empresa de motocicletas, Lima, 2022; y finalmente, (7) Existe relación positiva entre la estrategia de gestión financiera y el cierre en una empresa de motocicletas, Lima, 2022.</p> | | | | |
|--|---|---|--|--|--|--|

ANEXO 09: Coeficiente de alfa de Cronbach y nivel de confiabilidad de los Instrumentos

Valoración de la fiabilidad de ítems según el coeficiente alfa de Cronbach

| Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach | Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados |
|--|---|
| [0 ; 0,5[| Inaceptable |
| [0,5 ; 0,6[| Pobre |
| [0,6 ; 0,7[| Débil |
| [0,7 ; 0,8[| Aceptable |
| [0,8 ; 0,9[| Bueno |
| [0,9 ; 1] | Excelente |

Fuente: Chaves y Rodríguez (2018)

FIABILIDAD – ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA

Resumen de procesamiento de casos

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 12 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 12 | 100,0 |

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,960 | 18 |

Interpretación: De acuerdo con el análisis de confiabilidad se obtuvo un resultado en el alfa de Cronbach de 0.960, por lo cual la relación es excelente.

FIABILIDAD - VENTA

Resumen de procesamiento de casos

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 12 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 12 | 100,0 |

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,890 | 14 |

Interpretación: De acuerdo con el análisis de confiabilidad se obtuvo un resultado en el alfa de Cronbach de 0.890, por lo cual la relación es, bueno



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, LUNA GAMARRA MAGALY ERICKA, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "ESTRATEGIA DE GESTIÓN FINANCIERA Y LA VENTA EN UNA EMPRESA DE MOTOCICLETAS. LIMA, 2022", cuyos autores son CULLI BRAVO CINTHYA ALEXANDRA, PUERTA SANTILLANA CRISTIAN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 27 de Noviembre del 2022

| Apellidos y Nombres del Asesor: | Firma |
|---|--|
| LUNA GAMARRA MAGALY ERICKA DNI: 09629458 ORCID: 0000-0002-7543-9275 | Firmado electrónicamente por: MLUNAG12 el 10-12- 2022 22:39:54 |

Código documento Trilce: TRI - 0457144