



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**“PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES
RELEVANTES DE LA RENTABILIDAD DE LA MICRO
Y PEQUEÑA EMPRESA MOTOREPUESTOS EVER
SAC, SULLANA, 2020**

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

AUTOR

**VASQUEZ LANDACAY EDWIN ISIDRO
ORCID: 0000-0002-2005-4300**

ASESOR

**GARCÍA MANDAMIENTOS EDMÉ MARTHA
ORCID: 0000-0003-0012-652X**

PIURA – PERÚ

2020

TITULO DE LA TESIS

**PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA
RENTABILIDAD EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA MOTOREPUESTOS
EVER SAC, SULLANA, 2020**

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Vásquez Landacay Edwin Isidro

ORCID: 0000-0002-2005-4300

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

ASESOR

García Mandamientos, Edmé Martha

ORCID: 0000-0003-0012-652X

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

JURADO

Landa Machero, Víctor Manuel

ORCID.0000-0003-4687-067X

Ulloque Carrillo, Víctor Manuel

ORCID.0000-0002-5849-9188

Saavedra Chiroque, Alejandro Arturo

ORCID. 0000-0001-8886-6519

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR

Dr. Víctor Manuel Landa Machero

Presidente

Dr. Víctor Manuel Ulloque Carrillo

Miembro

Mgtr. Alejandro Arturo Saavedra Chiroque

Miembro

Mgtr. Edmé Martha García Mandamientos

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres, por ser los pilares más importantes en mi vida y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

A mis profesores durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación.

A mi profesor de Investigación de Tesis, Mg. CPC. EDME GARCIA MANDAMIENTOS por su visión crítica de muchos aspectos cotidianos de la vida, por su rectitud en su profesión como docente, por sus consejos, que ayudan a formarte como persona e investigador.

A mis amigos por ayudarme y apoyarme sin condiciones.

EDWIN VASQUEZ

DEDICATORIA

El trabajo está dedicado a todas las personas que hacen posible nuestra educación, A mis padres porque me ayudan a salir adelante, dándome ejemplos dignos de superación, porque en gran parte gracias a ellos, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre están impulsándome en los momentos más difíciles, es lo que me hace ir hasta el final. Va por ustedes, por lo que valen, porque admiro todo lo que han hecho de mí.

EDWIN VASQUEZ

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo general lograr Identificar las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa Motorepuestos Ever SAC Sullana, 2020. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño no experimental; para llevarla a cabo se tomó como muestra la empresa ubicada en la provincia de Sullana, considerando al Gerente a quien se le aplicó un cuestionario conformado por 26 preguntas, en cual se utilizó la técnica de la encuesta.

encontrando las siguientes oportunidades de mejora: la empresa no tiene bien definido la estructura del costo del servicio que ofrece, no está muy posicionada en el mercado, no ha medido el grado de satisfacción de sus clientes, no mide el desempeño de sus colaboradores, no conoce las ventajas de adquirir un vehículo para atender los pedidos de sus clientes, carece de análisis de sus de su rentabilidad, el área de contabilidad solo le proporciona información para fines tributarios, teniendo como propuestas de mejora de identificar y conocer el costo de sus ingresos y gastos de la empresa, realizar la medición de la satisfacción de los clientes mediante encuestas, realizar la medición de desempeño de sus colaboradores mediante indicadores de desempeño, un análisis de ratios de rentabilidad, utilizar la herramienta del benchmarking, concluyendo que para el periodo 2020 tiene una representación del costo del producto en el estado de resultados, una rentabilidad económica de 2.58% una rentabilidad financiera de 22.09%, índices positivos para la toma de decisiones.

Palabra clave: ratios financieros, Rentabilidad.

SUMMARY

The general objective of the present research work is to identify the profitability opportunities that improve the possibilities of the company Motorepuestos Ever SAC Sullana, 2020. The research was quantitative, descriptive level and non-experimental design; To carry it out, the company located in the province of Sullana was taken as a sample, considering the Manager to whom a questionnaire made up of 31 questions was applied, in which the survey technique was used.

finding the following opportunities for improvement: the company does not have a well-defined cost structure for the service it offers, it is not well positioned in the market, it has not measured the degree of satisfaction of its customers, it does not measure the performance of its employees, it does not know the strategies used by its main competitors, lacks analysis of its profitability, the accounting area only provides information for tax purposes, having as proposals for improvement to identify and know the cost of its income and expenses of the company, measure customer satisfaction through surveys, measure the performance of its employees through performance indicators, an analysis of profitability ratios, use the benchmarking tool, concluding that for the 2020 period it has a representation of the cost of the product in the income statement, an economic profitability of 3.02% a financial profitability of 22.09%, positive indices for decision making.

Keyword: financial ratios, Profitability.

CONTENIDO

TITULO DEL TESIS	ii
EQUIPO DE TRABAJO	iii
JURADO DE EVALUACION DE TESIS	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
CONTENIDO	ix
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE GRAFICOS	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISION DE LA LITERATURA	5
4.1 Antecedentes	5
4.1 Bases teóricas	10
4.2 Marco Conceptual	10
4.3 Estudio de Caso	13
II. HIPOTESIS	24
III. METODOLOGÍA	25
4.1 Diseño de la Investigación	26
4.2 Universo y Muestra	26
4.3 Definición y Operacionalización de Variables	27
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	27
4.5 Plan de Análisis	28

4.6	Matriz de Consistencia	30
4.7	Principios éticos	31
IV.	RESULTADOS	33
5.1	Resultados	33
5.1.1.	Objetivo específico 1	33
5.1.2.	Objetivo específico 2	49
5.1.3.	Objetivo específico 3	51
5.2	Análisis de los Resultados.....	76
5.2.1.	Objetivo específico 1	76
5.2.2.	Objetivo específico 2	78
5.2.1.	Objetivo específico 3	81
V.	CONCLUSIONES	85
6.1	Conclusiones	85
6.1.1.	Objetivo específico 1.....	85
6.1.2.	Objetivo específico 2.....	86
6.1.3.	Objetivo específico 3.....	87
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	89
	ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	92

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. ¿Cree que los precios de los repuestos y accesorios son los adecuados? -----	34
Tabla 2.¿Conoce el margen de rentabilidad de los productos que ofrece la empresa?----	34
Tabla 3. ¿Se maneja política de descuentos? -----	35
Tabla 4. ¿El personal que labora se encuentra capacitado en el puesto que ocupan? ----	36
Tabla 5. ¿La empresa realiza capacitación y/o inducción a los trabajadores para mejorar productividad? -----	36
Tabla 6. ¿Considera que el nivel de atención al cliente es el adecuado? -----	37
Tabla 7 ¿Quiénes son tus principales competidores?-----	37
Tabla 8. ¿En este momento, tu empresa es más fuerte o más débil que tus principales competidores?-----	38
Tabla 9. ¿Considera usted que los productos ofrecidos son mejores que los de tus principales competidores? -----	38
Tabla 10. ¿Cuáles son tus fortalezas frente a tus principales competidores? -----	39
Tabla 11. ¿La empresa diversifica sus productos ? -----	39
Tabla 12. ¿Se conoce cuáles son los productos que generan mayores ingresos?-----	40
Tabla 13. ¿Los ingresos obtenidos si cubren los costos y gastos operativos? -----	40
Tabla 14. ¿Se tiene identificado los periodos con mayor demanda?? -----	41
Tabla 15. ¿Se cumplen con los procedimientos que permitan analizar la gestión de inventarios para incrementar la rentabilidad?-----	42
Tabla 16. ¿Se maneja stock de seguridad, con la finalidad atender la demanda?-----	42
Tabla 17. ¿Se conoce con exactitud la inversión de los productos y sus costos operativos? -----	43
Tabla 18. ¿El personal de venta comunica constantemente las inquietudes o pedidos de	

productos con mayor demanda? -----	43
Tabla 19. ¿Existe coordinación de los pedidos que se realizan? -----	44
Tabla 20. ¿La empresa realiza de manera constante promoción de sus productos? -----	44
Tabla 21. ¿Maneja productos sustitutos, con la finalidad de ofrecer una segunda opción a los clientes?-----	45
Tabla 22. ¿La empresa para entregar los pedidos de sus principales clientes, contrata servicio de un tercero o tiene movilidad propia?-----	46
Tabla 23. ¿Considera que se encuentra posicionado en el mercado?-----	46
Tabla 24. ¿La empresa genera un valor diferencial en el mercado -----	47
Tabla 25. ¿Cuenta con técnicas o mecanismos que les permitan medir el grado de satisfacción de sus clientes?-----	47
Tabla 26. ¿Se analizan los resultados economicos de la empresa con frecuencia?-----	48
Tabla 26. Análisis vertical del estado de Situación financiera 2019- 2020 -----	65
Tabla 27. Análisis horizontal del Estado de Situación financiera 2019- 2020-----	67
Tabla 28. Análisis vertical del Estado de Resultados 2019- 2020 -----	68
Tabla 29. Análisis horizontal del Estado de Resultados 2019- 2020-----	69
Tabla 30. Análisis de ventas de los años 2019- 2020-----	75

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1. Margen de Utilidad Bruta.....	71
Grafico 2. Margen de Utilidad Neta.....	72
Grafico 3. Rentabilidad Sobre los Activos (ROA).....	73
Grafico 4. Rentabilidad Sobre el Patrimonio (ROE).....	74

I. INTRODUCCIÓN

Las MYPEs son relevantes en la economía de un país pues son ellas las que dinamizan la economía, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (en adelante INEI) en el país, existen 2 millones 332 mil 218 empresas de las cuales más del 95% son MYPEs. A esto se suma el reporte anual Doing Business del Banco Mundial (2019), el Perú ocupó el puesto 51 de 190 economías en el pilar protección de los inversionistas minoritarios. La razón por la que se reconoce la importancia de la micro y pequeña empresa en la economía del país, es por ello que deben lograr generar ventajas competitivas las mismas que deben ser sostenibles. (Noreña, 2019)

La sostenibilidad de las micro y pequeñas empresas deben de ser a corto, mediano y largo plazo, para lograrlo deben generar ventajas competitivas con la finalidad de que obtengan mayor rentabilidad y puedan cubrirse sus gastos y costos de la unidad de negocio. Uno de los factores es lograr un apalancamiento financiero, tal como señala ANDINA; “Las MYPEs, al no tener un buen apalancamiento de capital de trabajo y no conseguir economías de escala, sus costos fijos no les permiten acceder a asesorías que les faciliten planes para su crecimiento de acuerdo a su tamaño”. (ANDINA, 2020)

El fin de toda empresa es la generación de beneficios económicos, pero para lograrlo se requiere de varios factores que permitan lograrlo, según Lastra: “Para que su funcionamiento de las MYPEs sea óptimo, requieren de mercados, financiamiento, tecnología productiva, organización eficiente y capital humano con mentalidad competitiva” (2018).

Las MYPEs se caracterizan porque no invierten en la implementación de un sistema de gestión de inventarios, contratan a personal no capacitado, no poseen manuales de procesos establecidos, falta de asesoría en temas laborales, financieros y tributarios, falta de organización del recurso humanos pues muchas veces las funciones del personal no se definen adecuadamente, falta de políticas entre otros que generan altos sobrecostos la misma que se ve reflejado en su baja rentabilidad.

Para la presente investigación, se ha tomado a la empresa MOTOREPUESTOS EVER SAC, que es una microempresa dedicada a la compra y venta de repuestos, accesorios de motos, motores para motos y otras actividades de venta al por menor no realizadas en comercios, puestos de ventas o mercados. La falta de gestión ha generado que su rentabilidad se vea cada vez afectada, La empresa tiene elevadas cargas diversas de gestión, en esta partida se encuentran los gastos de servicio de transporte, gastos de alquiler, gastos de publicidad, útiles de oficina, impresos y formatos entre otros, gastos que tiene una representación significativa en el estado de resultados.

Al no contar con un sistema de inventarios ocasiona errores de recepción y envío de sus pedidos con frecuencia debido a que no lleva un buen control y seguimientos de los mismos, lo que daría lugar a duplicidad de gastos de transporte.

Una adecuada gestión empresarial en todos sus procesos operativos le permite a la empresa obtener mayores beneficios económicos los mismos que se pueden medir a través de los indicadores de rentabilidad. En caso no se corrija las deficiencias, en todos sus procesos operativos de manera que se maximice el uso de sus recursos y obtener mayores beneficios económicos, la empresa puede desaparecer pues tal como señala Talavera, que

“las dos primeras causas del fracaso de las MYPEs son los problemas en la administración general y la falta de preparación y de experiencia”. (2016)

Para dar inicio a la investigación se planteó el siguiente problema ¿De qué manera las oportunidades de rentabilidad mejoran las posibilidades de la empresa MOTOREPUESTOS EVER SAC, SULLANA-2020? Y para desarrollar la investigación damos inicio al objetivo general: Identificar las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa MOTOREPUESTOS EVER SAC SULLANA, 2020. Y como objetivos específicos:

- Establecer las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa MOTOREPUESTOS EVER SAC SULLANA 2020.
- Describir las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa MOTOREPUESTOS EVER SAC
- Explicar la propuesta de mejora de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa MOTOREPUESTOS EVER SAC SULLANA, 2020.

La empresa Motorepuestos Ever SAC, no lleva un buen control de inventario, no tiene identificado el costo del producto, no realiza medición de satisfacción del cliente, no realiza medición de desempeño a sus colaboradores, no conoce las ventajas de adquirir un vehículo una de estas sería la reducción de sus gastos por el servicio de transporte, carece de análisis de ratios de rentabilidad. Que contribuiría a elevar sus utilidades económicas y financieras en un mercado competitivo como de la ciudad de Sullana. Para esta investigación se utilizó la metodología del tipo cuantitativo y nivel descriptivo; aplicando un cuestionario.

Finalmente la investigación se justifica en tres aspectos fundamentales:

Desde el punto de vista teórico:

El desarrollo de la investigación permitirá que se tome como referencia para aquellas unidades de negocio, que deseen mejorar su gestión empresarial y obtener la rentabilidad deseada. El desarrollo teórico permite aplicarla a la realidad de la MOTOREPUESTOS EVER SAC, pues explica de manera clara de cómo los diversos factores afectan la rentabilidad de la empresa. Para que tengan otra perspectiva al momento de tomar decisiones con respecto a la rentabilidad

Desde el punto de vista práctico:

Desde el punto de vista práctico esta investigación sirve para identificar los principales factores que afectan la rentabilidad de las MYPEs, a su vez analizar como la falta de gestión afecta la rentabilidad de la empresa. Se busca dar una solución práctica a su problemática. Generando beneficios y resultados positivos en clientes, reducción de costos, tener un mejor posicionamiento en el mercado, aspectos que tienen relación directa con la rentabilidad de la empresa y el logro de sus objetivos. Es por ello que está investigación se justifica debido a que pretende brindar propuestas de mejora para que la empresa MOTOREPUESTOS EVER SAC pueda mejorar su rentabilidad.

Desde el punto de vista académico:

El presente trabajo se justifica porque busca que sirva como estudio referencial para las futuras investigaciones, siempre y cuando estén relacionados a la misma variable y mismo rubro, además servirá de guía para quienes deseen profundizar o fundamentar trabajos de investigación.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

Con la finalidad de establecer los antecedentes de nuestra investigación se ha tenido como referencia a distintos autores con respecto a la variable de rentabilidad. Las mismas que servirán como base a fin de lograr dar respuesta a los objetivos propuestos en la investigación, para ello se ha seleccionado los siguientes trabajos:

2.1.1. Antecedentes Internacionales

(Ochoa & Nuñez, 2014), en su investigación titulada “Propuesta para mejorar la rentabilidad de la Empresa SATCOM S.A. ubicada en el sector La Mariscal de la ciudad de Quito”, se plantean como objetivo principal incrementar la rentabilidad de la empresa SATCOM S.A. a través de la elaboración de propuestas administrativas y comerciales, con el objetivo de optimizar el uso de recursos y mejorar la venta de productos. Para ello emplean los métodos: inductivo, sintético y bibliográfico y utilizan la técnica de la encuesta y la entrevista, mientras que el instrumento que emplean es el cuestionario. Así, obtuvieron principalmente, que una de las grandes debilidades de la empresa estudiada era la planificación estratégica deficiente, lo cual le genera elevados costos y gastos. Además, entre las amenazas más relevantes que tiene la empresa está la creación de software nuevos a precios bajos, y la posibilidad de perder la representación de MICROS, por apertura de oficinas propias en Ecuador. En este sentido, los autores concluyeron que, de los factores internos de la empresa, las fortalezas son mayores a las debilidades y en los factores externos las oportunidades son menores a las amenazas.

Por otro lado, (LASSO, 2013), en su investigación titulada “estudio de rentabilidad para la creación de una sucursal del comercial “moto repuesto Mary” y servicio técnico en el cantón simón bolívar. Ecuador”, se plantea como objetivo general determinar la situación actual de la Empresa “moto repuesto Mary”, y proponer estrategias de competitividad que permitan optimizar la rentabilidad.

Para dar cumplimiento a su objetivo, desarrolló una investigación descriptiva, con diseño no experimental, además, aplicó la técnica de la encuesta, y empleó el cuestionario como instrumento de recolección de datos, el cual estuvo conformado por 14 preguntas. El autor encontró que la empresa no posee mecanismos para afrontar a competidores destacados, de igual manera hacen lo posible para ofrecer un producto de calidad y un servicio adecuado a los clientes, se determinó que trata continuamente de ofertar productos que sean innovadores en el mercado, implementando o modificando determinados aspectos, los cuales lo realizan con limitados recursos, debido a que no reciben una colaboración del estado o de otras empresas para disminuir los costos requeridos.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

(Torres, 2017), desarrolla la tesis titulada “Propuesta de estrategias de ventas para incrementar la rentabilidad de la empresa “Grupo Fernández Perú SAC.” Chota – 2016”, En la cual tiene como objetivo Principal Proponer estrategias de ventas para incrementar la rentabilidad de la empresa “Grupo Fernández Perú S.A.C.” Chota – 2016. Para lo cual desarrollo una investigación Descriptivo - explicativo, y con diseño no experimental, utilizando como técnica de investigación entrevista y cuestionario. El principal resultado que encontró fue que para cultivar un cliente potencial se debe otorgar descuentos ya que todos los

encuestados respondieron que están totalmente de acuerdo además que para cerrar una venta se debe tener en cuenta el precio, producto y el tipo de mercado se obtuvo como resultado que el 71.34% de los encuestados están totalmente de acuerdo mientras que el 28.57% son indiferentes. Llegando a la conclusión que implementando estrategias de ventas se podrán suprimir procesos innecesarios, obtener un mejor orden en las ventas y así obtener mayor rentabilidad.

Por otro lado, (Castillo, 2018), en su investigación titulada “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del nuevo rus dedicadas a la compra - venta de repuestos para motos del Centro Poblado Andrés Araujo Morán del distrito de Tumbes, 2018”, se plantea como objetivo principal Describir las características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del nuevo RUS del rubro compra-venta de repuestos de motos del centro poblado Andrés Araujo Moran del Distrito de Tumbes, periodo 2018. Para cumplir con su objetivo realizó una investigación descriptiva y de tipo aplicada con un diseño aplicativo, dentro de la cual considero como población las 114 MYPES, y como muestra consideró u 11 MYPES. Además, empleó la encuesta como técnica de recolección de datos, y como instrumento utilizó el cuestionario. El principal resultado encontrado fue que el 27.27% de los encuestados menciono que el problema que incide en su rentabilidad son los competidores, asimismo que un 54.55% indico que son las disminuciones de sus ventas, mientras que un 9.09% indico que el problema es por la poca variedad de productos, finalmente un 45.06% menciono que el problema es por la falta de marketing y publicidad. Ante ello se propuso la aplicación del Marketing Mix,

teniendo en cuenta las 4Ps (Precio, Producto, Plaza, promoción), trabajando estos elementos de forma coordinada con relación y coherencia para conseguir que se cumplan las estrategias planteadas.

(Vargas, 2015) En su tesis titulada, caracterización de la rentabilidad y competitividad de las mype del rubro moto repuestos de la urbanización San Ramón, calle Salaverry-Piura: 2015 universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar por el título de licenciado en administración. Tuvo como objetivo general, Determinar las características de la rentabilidad y la competitividad en las MYPE rubro moto repuestos en la calle Salaverry de la Urbanización San Ramón en la Ciudad de Piura Año 2015. Utilizó el diseño no experimental, transversal longitudinal con una población conformada por 7 MYPE de ensamblaje de trimotos y la venta de autopartes en la provincia de Sullana, la muestra inicial es de 24.893568 (Este resultado será sometido a factor de corrección finita). La técnica utilizada es la encuesta y el instrumento el cuestionario. Concluye Con respecto a las principales estrategias de la rentabilidad de las MYPE rubro moto repuestos en la calle Salaverry se concluye que están manejando estrategias de bajos costos, estrategias basadas en diferenciación, estrategias en control de los costos fijos, estrategias de cuotas de ventas, y la estrategia de la reingeniería del talento humano. Coincide en parte con Manchego (2012) quien privilegia el control de los costos. En el proceso de la investigación se concluyó, que los factores de la rentabilidad en las MYPE rubro moto son la intensidad de la inversión, los tiempos, sistemas de pago de personal fortaleciendo la productividad y por último la calidad del producto, en la búsqueda de la mayor generación de utilidad.

2.1.3. Antecedentes Locales

(Carmen, 2016), en su investigación titulada “Caracterización de la rentabilidad y competitividad de las MYPE del rubro moto repuestos de la urbanización san ramón, calle Salaverry - Piura: 2015”, tiene como objetivo principal Determinar las características de la rentabilidad y la competitividad en las MYPE rubro moto repuestos en la calle Salaverry de la Urbanización San Ramón en la Ciudad de Piura Año 2015. Para ello emplea una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo - bibliográfico – documental y de caso.

Además, empleó un cuestionario, para la variable rentabilidad un total de 7 preguntas y para la competitividad 4 preguntas, las cuales se aplicaron según la muestra obtenida a 62 clientes para la variable competitividad y para la rentabilidad se tomara las 7 MYPE en estudio. Los principales resultados que obtuvo, fueron: variedad de productos en marcas, tamaños y sistema de personal, del total de encuestado un 57.1% respondió que sí, lo que indica que estas MYPE están al pendiente de su mercadería por mantener un stop de surtidos en variedad de marcas y tamaños y mejorando el sistema de personal, que les permita de esta manera incrementar sus ventas, a la vez incrementar su rentabilidad. Ante ello, el autor concluye que están manejando estrategias de bajos costos, estrategias basadas en diferenciación, estrategias en control de los costos fijos, estrategias de cuotas de ventas, y la estrategia de la reingeniería del talento humano, factores relevantes de la rentabilidad que pueden ayudar a mejorar las posibilidades de la empresa, como el mejor manejo y cálculo de los ratios, estrategias para incrementar los ingresos, entre otros.

Según el autor (Vargas, 2015) En su tesis titulada, “Incidencia del financiamiento en la rentabilidad de las empresas de ensamblaje de trimotos moto taxis y ventas de autopartes en la provincia de Sullana, Región Piura” en el año 2011 Sullana – Piura, universidad Católica los Ángeles de Chimbote, para optar por el título de licenciado en administración. Tuvo como objetivo general, determinar, la incidencia del financiamiento en la rentabilidad de las empresas dedicadas al ensamblaje de Trimotos (Moto taxis) y venta de autopartes en la provincia de Sullana. Utilizó el diseño no experimental, transversal longitudinal con una población conformada por 2500 MYPE de ensamblaje de trimotos (Moto taxis) y la venta de autopartes en la provincia de Sullana, la muestra inicial es de 24.893568 (Este resultado será sometido a factor de corrección finita). La técnica utilizada es la encuesta y el 10 instrumento el cuestionario. En su investigación encontró que para que un negocio pueda crecer y aumentar su rentabilidad (o sus utilidades) es aumentando su productividad, y el instrumento fundamental que origina una mayor productividad es la utilización de métodos, el estudio de tiempos y un sistema de pago de salarios. Un 14.3% asumió que no cuentan con variedad de productos en marcas, tamaños y sistema de personal, y un 28.6% a veces logran tener variedad de productos en marcas, tamaños y sistema de personal. Concluyendo que las principales estrategias se identifican en el Sector industrial tales como: cadena de valor, la Naturaleza de los rivales y capacidad competitiva, de otro lado la estrategias de Mercado: entre las cuales tenemos las Necesidades y preferencias del consumidor, y una tercera orientada al Perfil del producto: enfocadas principalmente en el Precio, calidad y servicio.

2.2. Bases Teóricas de la Investigación

(Arias, 2012) “Las bases teóricas implican un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado, para sustentar o explicar el problema planteado”.

(Bavaresco, 2013) “Sostiene que las bases teóricas tiene que ver con las teorías que brindan al investigador el apoyo inicial dentro del conocimiento del objeto de estudio, es decir, cada problema posee algún referente teórico, lo que indica, que el investigador no puede hacer abstracción por el desconocimiento, salvo que sus estudios se soporten en investigaciones puras o bien exploratorias”.

(Cahuana, 2019) En la presente investigación se confirmó la importancia que tiene capital humano capacitado, ya sea el obtenido por estudios superiores siendo estos el técnico y universitario y también al que proviene de la capacitación que recibe en una empresa para el logro de ventaja competitiva dentro de la Mype en los mercados globales, primero yendo a un contexto global general y aterrizando al Perú estudiando los trabajadores de una empresa que presta servicios de Tecnología de la Información, obteniendo información relevante y confiable por medio de entrevistas, encuestas y Test de ayuda para el desarrollo de la presente investigación. Ya que hoy en día nos encontramos en un mundo más globalizado que se busca la innovación por ende las mejores tecnológicas y como consecuencia de ella la constante capacitación al ser humano para estar preparado para lo antes mencionado, siendo este un punto importante para los negocios globales, para que una empresa pueda ser competitiva en un mercado .

(Salluca, 2015) El objetivo de este trabajo de revisión es esbozar un breve tratamiento teórico sobre la estructura financiera y la rentabilidad.

El financiamiento interno refiere a recursos propios de la empresa originados por las operaciones de la empresa, mientras que el financiamiento externo alude a los recursos externos a corto o largo plazo.” “Por otro lado, la rentabilidad es el retorno de la inversión también conocida como utilidad, Se considera la rentabilidad económica como la utilidad medida en relación a los activos y la rentabilidad financiera como la medida de la utilidad con respecto al patrimonio.

2.2.1. Marco Teórico Conceptual

Definición de Rentabilidad

(García & Maria del Rosario, 2004) Define: “La rentabilidad como la condición de rentable y la capacidad de generar renta (beneficio, ganancia, provecho, utilidad). La rentabilidad, por lo tanto, está asociada a la obtención de ganancias a partir de una cierta inversión”.

Por ejemplo, se dice que una empresa es rentable cuando sus ingresos son mayores que sus gastos, y la diferencia entre estos es considerada como aceptable.” “La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia, sin embargo, una definición más precisa de la rentabilidad es la de un índice que mide la relación que existe entre la utilidad o ganancia obtenida o que se va a obtener, y la inversión realizada o que se va a realizar para poder obtenerla.

Conocer la rentabilidad de una inversión nos permite saber qué porcentaje del

dinero o capital invertido se ha ganado o recuperado y, por tanto, qué tan bueno ha sido el desempeño de la inversión; o, en el caso de una inversión que aún no se ha realizado, saber qué porcentaje del dinero o capital que se va a invertir se va a ganar o recuperar y, por tanto, qué tan atractiva es.

La rentabilidad continúa siendo la motivación más importante para quienes invierten capital en una empresa. Conocer los factores de los cuales depende la rentabilidad, se constituye en un instrumento insustituible para controlarla. Por otra parte la reducción de costos obedece tanto a causas internas (maximización de utilidades), como externas de competitividad. La contabilidad de gestión ofrece técnicas para la reducción de costos y la creación de valor, que contribuyen a elevar la rentabilidad financiera de la empresa al mejorar el margen de utilidades y la participación en el mercado. (Morillo, 2001)

Importancia de la Rentabilidad

La rentabilidad de la empresa es el indicador que determina si se están generando ganancias que justifiquen su existencia e impulsen su crecimiento. El propósito de todo negocio es producir utilidades, y estas se obtienen cuando los ingresos por las ventas superan los costos derivados de las operaciones necesarias para producir esos ingresos.

Características de la Rentabilidad anda del producto: Si ofreces un producto y nadie lo compra entonces algo andas haciendo mal, así que debes analizar y preguntarte ¿No vendo porque ese producto no es demandado en mi empresa o de por si nadie lo quiere?

El cliente puede pagar el producto: existe un número grande de personas que quieren un bien o servicio pero no depende del querer sino del tener.

El tiempo que demanda es óptimo: Si te ves en la misma situación a pesar que pasen los años entonces no estás haciendo lo correcto y tendrás como resultado quiebra.

INDICADORES DE RENTABILIDAD

Margen neto de utilidad: Hace una referencia entre la totalidad de tus ventas y su utilidad total, eso va indicar si es rentable el negocio.

Margen bruto de utilidad: Hace una referencia entre la totalidad de tus ventas y su utilidad bruta.

Rentabilidad neta sobre inversión: Trata de la ganancia que obtendrás con lo que aportaras como capital.

Rentabilidad sobre el patrimonio: Valúa la ganancia de los dueños en todo el ejercicio contable.

Crecimiento sostenible: Se refiere a que el producto cumpla con las demandas establecidas y todos los niveles garanticen un beneficio, de la entidad o unipersonal.

TIPOS DE RENTABILIDAD

Desde el enfoque contable, la interpretación de la rentabilidad, se desarrolla en base a dos niveles:

Rentabilidad económica

Según (González, 2010) la rentabilidad es: Un conocimiento que se utiliza en todo hecho económico en la que se movilizan medios materiales, humanos y/o

financieros con el fin de conseguir buenos resultados. Bajo este enfoque, la rentabilidad de una entidad puede medirse, cotejando el resultado final y el valor de los medios empleados para lograr beneficios. Por lo tanto La rentabilidad hace referente a conseguir ganancias y no pérdidas en una entidad determinada, obtenida a través de la inversión, con el objetivo de lograr muchos resultados

Así mismo, para la revista análisis contable la rentabilidad económica, se reconoce como un factor muy importante que sirve para evaluar y medir, el potencial de los activos de una entidad para obtener beneficios. Esto nos permite comparar entre dos o más empresas, sin que afecte la diferencia de su estructura financiera de cada una, en el pago de las tasas de los intereses, estropee el resultado de la rentabilidad

Rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera, es el beneficio recibido por los capitales propios, sin incluir la repartición de los resultados. Este tipo de rentabilidad es considerada como un factor muy cercano a los socios y/o propietarios, ya que les permite a los desarrollar y ampliar sus intereses. (Masgrau, 2005)

Por otro lado, cabe precisar que unos de los factores o indicadores más importantes y relevantes para la empresa es la rentabilidad, es por ello que nos permite evalúa la capacidad tanto de la compañía, como las ganancias de los propietarios. Además, si obtenemos una buena rentabilidad, la entidad tendría utilidades positivas, lo cual conllevaría a la repartición de dividendos no solo a los socios, sino también participaciones a todos sus colaboradores.

Ratios de rentabilidad

Los ratios de rentabilidad, está conformado por un grupo de factores, cuyo objetivo es probar si una empresa genera ingresos, para solventar sus obligaciones, tanto proveedores como propietarios. Es decir, son factores que nos permiten analizar la extensión que tiene la organización, para generar beneficios económicos, en base a sus ingresos, activos e inversiones. (Pérez, 2014)

Así mismo, los ratios de rentabilidad, sirven para la evaluación de la empresa sobre sus inversiones, para así analizar sus benéficos que logre alcanzar. Pero sin embargo hay que tener mucho cuidado con esta información, puede que sea falsa, para ello se necesita información real y precisa. Estos indicadores nos manifestaran, si hay o no diferencias o variaciones en los costos, en las adquisiciones realizadas, en los gastos operacionales, eficiencia o deficiencia en la producción, entre otros.

Rentabilidad patrimonial (ROE)

El ROE, señala la rentabilidad alcanzada por los accionistas de la organización, también se le conoce como rentabilidad financiera, Para los socios este índice es muy importante, porque les permite conocer su forma de distribución del capital aportado (Crespo, 2007)

FÓRMULA:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio neto}}$$

Rentabilidad sobre los Activos o Rendimiento sobre la Inversión

El ROA, estudia la rentabilidad de la estructura económica, es decir mide el total de los activos con respecto al aporte de la utilidad neta de la entidad, De tal modo, este ratio nos muestra la eficiencia y el desempeño productivo del uso total de los activos de la organización, sin tener en cuenta el financiamiento.

FÓRMULA:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}}$$

Rentabilidad bruta

Este indicador, nos permite conocer la utilidad bruta por cada venta realizada, luego que la empresa, haya cubiertos todos los costos generados por la producción y venta. En pocas palabras este ratio nos muestra las ganancias, después de haber deducido los costos de producción de bienes o servicios vendidos (Hernandez, 2019)

FÓRMULA:

$$\text{Rentabilidad bruta} = \frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas netas}}$$

Rentabilidad neta

Este índice mide la utilidad neta sobre las ventas, donde se incluyen todos los gastos operativos, financieros, tributarios y laborales de la empresa. Es decir nos permite conocer cuántos céntimos gana la empresa por cada sol vendido de bienes (Caballero, 2009).

FÓRMULA:

$$\text{Rentabilidad neta} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$$

2.2.3. Estudio de Caso

Datos de la empresa en estudio

Ruc : 20525784267

Razón social : **MOTOREPUESTOS EVER SAC**

Domicilio fiscal: Av. Champagnat Nro. 614 Int. 01 A.H. Santa Rosa. Sullana –

Piura Tipo Empresa : Sociedad Anónima Cerrada

Condición : Activo

Fecha Inicio Actividades: 01 / Octubre / 2008

Reseña Histórica

MOTOREPUESTOS EVER SAC, es una empresa familiar con una sólida trayectoria de más de 12 años en el mercado dedicado a la compra y venta de repuestos y accesorios para motos. Fue creada por Don Ever Molocho Vásquez y su Hermana Maritza Molocho Vásquez, en el año 1998, en un local de la avenida Champagnat 614 Urb. Santa rosa de la ciudad de Sullana.”

Desde entonces comercia repuestos y accesorios para motos, motores para auto brindar un diseño personalizado de una gran variedad de motos lineales y moto taxis a lo largo de su existencia.” Su compromiso es brindar repuestos y accesorios para todo tipo de marca y modelo teniendo en cuenta, colores y diseño; ofreciendo calidad y satisfaciendo los gustos y necesidades de cada cliente, por ello su lema de trabajo es COMPROMISO, CALIDAD E INNOVACIÓN.”

OBJETIVOS DE LA EMPRESA:

La empresa MOTOREPUESTOS EVER SAC tiene varios objetivos a mediano y largo plazo, entre los cuales son:

- Posicionarse como una de las empresas más importante del sector.
- Expandir el negocio a todas las regiones del país y buscar establecerse en el mercado internacional y abrir sucursales en las principales ciudades del mundo.
- Aumentar los ingresos planteados cada año.
- Crear puestos de trabajo de manera estable e imponer una cultura de honestidad y trabajo entre los empleados.”
- Potenciar la imagen de la empresa, creando vínculos de cercanía entre

nuestros clientes y productos.”

- Crear estrategias para aumentar el índice de ventas y así mismo generar más crecimiento económico para la empresa.”

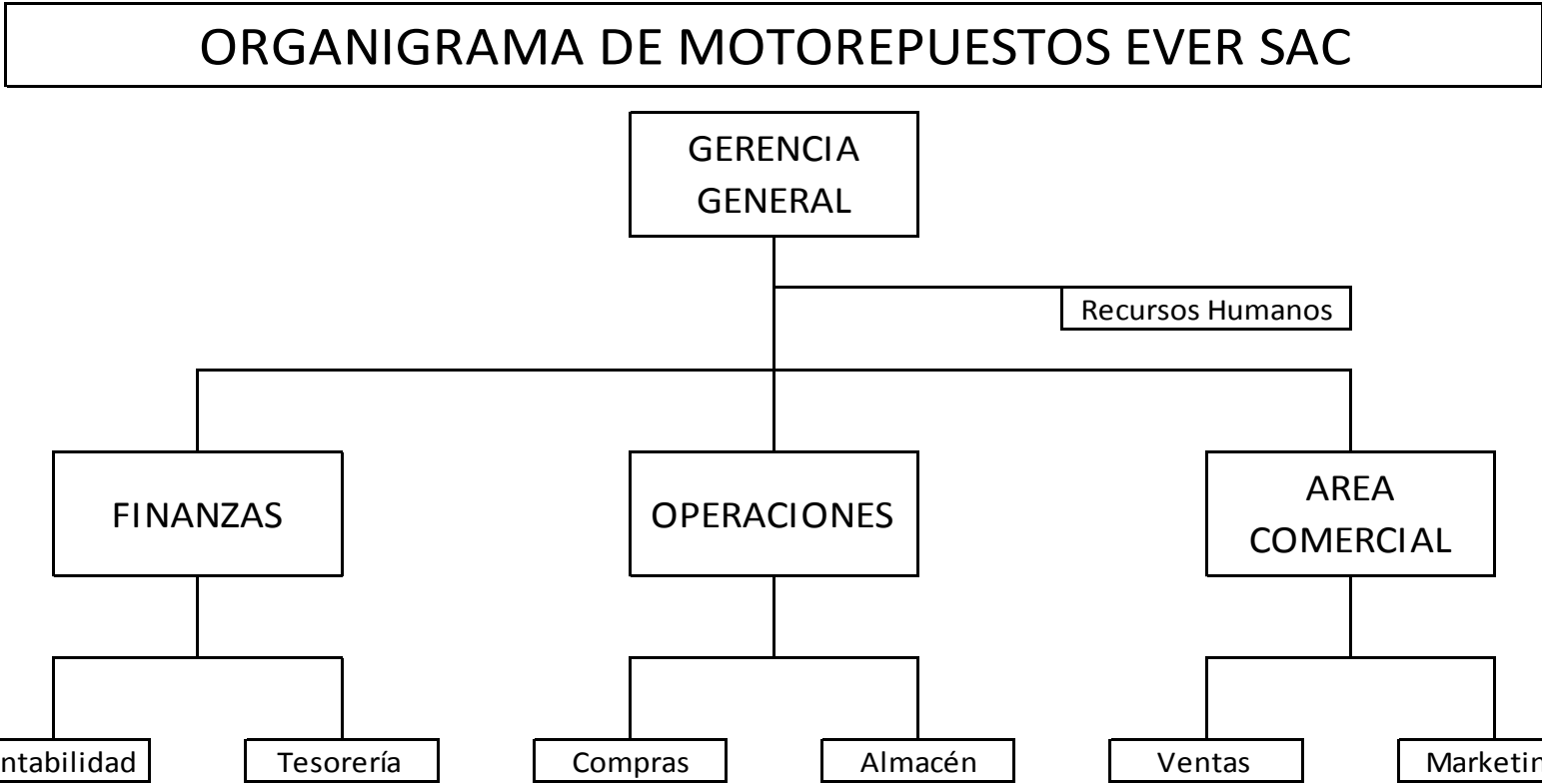
MISIÓN

MOTOREPUESTOS EVER SAC, La empresa compra y vende todo tipo de repuestos y accesorios con la mejor variedad, a precios del mercado y así cumplir con los requerimientos de cada cliente. Esta misión se logra con el trabajo en equipo; por ello constantemente está en busca de mejoras en los diseños y capacitando al personal para crecer como empresa y contribuir con el desarrollo social y económico de nuestra región.

VISIÓN

MOTOREPUESTOS EVER SAC, ser la principal empresa en la compra y venta de repuestos y accesorios cuya calidad satisfaga las necesidades de los clientes, para ello se le brindará productos de gran variedad y diseños personalizados logrando superar sus expectativas.

ORGANIGRAMA



Fuente: Elaboración propia

SERVICIOS

- Asesoría en repuestos en general.
- Venta de repuestos y accesorios originales, se ofrecen una diversidad de modelos y Colores variados
- Servicio de transporte.

PRODUCTOS

Nuestros productos son obtenidos de los mejores proveedores y por ende recibido en las mejores condiciones; productos en variedad de la mejor calidad y nuestros clientes satisfechos por más de 26 años nos respaldan.

- **REPUESTOS:** reten, válvulas, discos de embrague, zapata de freno, pistón, carburador, pedal de arrancador, tubo de escape, etc.
- **ACCESORIOS:** manijas, espejos, fundas, termitentes, cable, faros, etc.
- **MOTORES:** motor 150 marca Lifan.

VALORES:

- **Respeto a sus empleados:** Para que los empleados se sientan a gusto y estén motivados en una empresa es que ésta les trate con respeto y les ofrezca todas las facilidades posibles para su crecimiento personal y laboral.
- **Confianza:** Se refiere a la calidad de las relaciones que se establecen en el interior de una empresa, Esa misma confianza se transmitirá en el momento de tratar con los clientes.
- **Transparencia y honestidad:** “La transparencia y la honestidad son imprescindibles para que una empresa pueda alcanzar una buena reputación.

- **Responsabilidad:** Ser responsable es adquirir conciencia de las decisiones que se toman durante la gestión empresarial.” Esta responsabilidad es tanto interna como externa: “hacia los propios trabajadores y hacia los clientes y el entorno en general.

CLIENTES

La experiencia y calidad que siempre ha caracterizado a MOTOREPUESTOS EVER SAC es la razón por la que los clientes confían en sus productos que ofrecen. Sus principales clientes son:

- Consumidores finales.
- Motorepuestos AB SAC
- Repuestos Merino EIRL
- José Carlos Molocho Vásquez
- Transportes Jicson
- Dirección Regional de Salud – Piura
- Comercial molero

UBICACIÓN

Motorepuestos Ever SAC, se encuentra ubicada en Av. Champagnat Nro. 614 Int. 01 A.H. Santa Rosa (1 Cuadra Antes del Canal Via), de la Provincia de Sullana y departamento de Piura.

III. HIPÓTESIS

Por ser una investigación de índole descriptiva no se plantea una hipótesis.

(Galán, 2010) No todas las investigaciones llevan hipótesis, según sea su tipo de estudio (investigaciones de tipo descriptivo) no las requieren.

Las investigaciones cuantitativas, cuyo método de estudio es descriptivo, que intente pronosticar una cifra o un hecho.” “ejemplo de este último caso sería un estudio que únicamente pretenda medir el índice delictivo en una ciudad, como parte de mediciones cuantitativas que pretenden describir el grado de inseguridad (no busca relacionar la incidencia delictiva con otros factores como el crecimiento poblacional, el aumento en los niveles de pobreza o la drogadicción; ni mucho menos establecer las causas de tal índice).

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

4.1.1. Tipo de Investigación

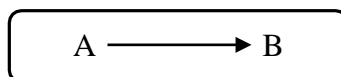
La presente investigación se realizó bajo un enfoque cualitativo.

4.1.2. Nivel de la Investigación

El tipo de investigación de la tesis es descriptivo, porque no hay manipulación de variables encontradas, en este caso se recolectará información y se agrupará para tener cifras lo más cercana posible.

4.1.3. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es no experimental, descriptivo y de caso debido a que la información se tomó tal cual a la de la empresa.



Dónde:

A: Muestra conformada por las empresas

B: Observación de la variable principal

4.2. Población y muestra

4.2.1 Población

La presente investigación está conformada por todas las empresas del sector comercio rubro compra y venta de repuestos de motos de Sullana.

4.2.2. Muestra

Se aplicó a la empresa Motorepuestos Ever SAC. Como unidad de investigación.

4.3 Definición y operación de Variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADOR	Item	ESCALA
Rentabilidad	(Raffino, 2020), “Cuando hablamos de rentabilidad, nos referimos a la capacidad de una inversión determinada de arrojar beneficios superiores a los invertidos después de la espera de un período de tiempo”.	Se precisa como una adecuada gestión de los procesos operativos de los que forman parte de la empresa van a ayudar a contribuir en la generación de beneficios para la empresa. Es por ello que la rentabilidad se medirá por medio de las actividades de una adecuada gestión administrativa	Precios	<ul style="list-style-type: none"> - Accebilidad - Rentabilidad - Descuentos 	1. ¿Cree que los precios de los repuestos y accesorios son los adecuados? 2. ¿Conoce el margen de rentabilidad de los productos que ofrece la empresa? 3. ¿se maneja política de descuentos?	Nominal
			Cliente	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación al personal. - Satisfacción al cliente 	4. ¿El personal que labora se encuentra capacitado en el puesto que ocupan? 5. ¿La empresa realiza capacitación y/o inducción a los trabajadores para mejorar productividad? 6. ¿Considera que el nivel de atención al cliente es la adecuada?	Nominal
			Competencia	<ul style="list-style-type: none"> - Principales Competidores - Principales fortalezas de la empresa 	7. ¿Quiénes son sus principales competidores? 8. ¿En este momento su empresa es más fuerte o más débil que tus competidores? 9. ¿Considera usted que los productos ofrecidos son mejores que los de tus principales competidores? 10. ¿Cuáles son tus fortalezas frente a tus principales competidores?	Nominal
			Ingresos	<ul style="list-style-type: none"> - Diversificación de ingresos - Cobertura de costos - Margen de rentabilidad - Periodos de mayor demanda 	11 ¿La empresa diversifica sus productos y servicios? 12 ¿Se conoce cuáles son los productos que generan mayores ingresos? 13. ¿Los ingresos obtenidos si cubren los costos y gastos operativos? 14. ¿Se tiene identificado los periodos con mayor demanda?	Nominal

			Productos	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión de inventarios. - Inversión en inventarios - Retroalimentación - Promoción 	<p>15. ¿Se cumplen con los procedimientos que permitan analizar la gestión de inventarios para incrementar la rentabilidad?</p> <p>16. ¿Se maneja stock de seguridad, con la finalidad atender la demanda?</p> <p>17. ¿Se conoce con exactitud la inversión de los productos y sus costos operativos?</p> <p>18. ¿El personal de venta comunica constantemente las inquietudes o pedidos de productos con mayor demanda?</p> <p>19. ¿Existe coordinación de los pedidos que se realizan?</p> <p>20. ¿La empresa realiza de manera constante promoción de sus productos.</p>	Nominal
			Participación en el mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Productos sustitutos. - Benchmarking. - Diferenciación en el mercado. 	<p>21. ¿Maneja productos sustitutos, con la finalidad de ofrecer una segunda opción a los clientes?</p> <p>22. ¿El personal de ventas realizan benchmarking, que le permita mejorar sus procesos?</p> <p>23. ¿Considera que se encuentra posicionado en el mercado?</p> <p>24. ¿La empresa genera un valor diferencial en el mercado?</p> <p>25. ¿ Cuenta con técnicas o mecanismos que les permitan medir el grado de satisfacción de sus clientes?</p> <p>26. ¿Se analizan los resultados económicos de la empresa con frecuencia?</p>	

4.2. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.2.1. Técnica

Para la recopilación de la información relacionada al objeto de estudio se realizó empleando la técnica de la encuesta, considerada como fuente primaria, cuyo instrumento fue el cuestionario que estuvo compuesto por interrogantes que fueron fundamentales para obtener la información necesario sobre el objeto de estudio de la empresa Motorepuestos Ever SAC.

4.2.2. Instrumento

Según (Hernández, 2010), los instrumentos más utilizados para recolectar los datos es el cuestionario, que lo definen como el conjunto de interrogantes de una a más variables a estudiar, la misma que debe ser congruente con el estudio.

4.2.3. Plan de análisis.

Para conseguir el objetivo específico 1:

Establecer las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa MOTOREPUESTOS EVER SAC.

Para desarrollar este objetivo, se procedió a realizar la búsqueda bibliográfica y documental de la literatura necesaria, con la finalidad de conocer los factores que inciden en la obtención de rentabilidad de una empresa y poder definir las oportunidades de mejora de la rentabilidad de la empresa en estudio, posterior a ello se realizó un cuestionario.

Para conseguir el objetivo específico 2:

Describir las oportunidades de rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa Motorepuestos Ever SAC

Se procederá a describir la o las oportunidades de rentabilidad identificadas que mejoran las posibilidades de la empresa Motorepuestos Ever SAC.

Para desarrollar el objetivo específico 3:

Explicar la propuesta de mejora de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa Motorepuestos Ever SAC.

Se procederá a realizar las propuestas de mejora de oportunidades que contribuirá a mejorar de forma positiva los indicadores de rentabilidad de la empresa.

4.3. Matriz de Consistencia

TITULO: PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA MOTOREPUESTOS EVER SAC SULLANA, 2020				
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	METODOLOGÍA
<p>¿Las oportunidades de rentabilidad mejoran las posibilidades de la empresa MOTOREPUESTOS EVER SAC, SULLANA-2020?</p> <p>En la actualidad la empresa debe de dar solución a problemas que no le permiten alcanzar la rentabilidad deseada.</p>	<p>OBJETIVO PRINCIPAL</p> <p>Identificar las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa MOTOREPUESTOS EVER SAC SULLANA, 2020.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>Establecer las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa MOTOREPUESTOS EVER SAC, 2020.</p> <p>Describir las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa MOTOREPUESTOS EVER SAC SULLANA, 2020.</p> <p>Explicar las Propuestas de mejora de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa MOTOREPUESTOS EVER SAC SULLANA, 2020</p>	<p>Por ser una investigación de índole descriptiva no se plantea una hipótesis.</p> <p>Fuente especificada no válida. “No todas las investigaciones llevan hipótesis, según sea su tipo de estudio (investigaciones de tipo descriptivo) no las requieren, es suficiente plantear algunas preguntas de investigación”.</p>	<p>VARIABLE</p> <p>Independiente</p> <p>Factores de la rentabilidad</p>	<p>Tipo de investigación:</p> <p>Cuantitativa</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>descriptivo</p> <p>Universo y muestra:</p> <p>Universo constituido por 10 empresas y la muestra es la empresa MOTOREPUESTOS EVER SAC</p> <p>Principios Éticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Protección a las personas ➤ Beneficencia y no maleficencia ➤ Justicia ➤ Integridad científica ➤ Consentimiento informado y expreso.

4.4. Principios Éticos

Los principios fundamentales y universales de la ética de una investigación con seres humanos son: respeto por las personas, beneficencia y justicia. Los investigadores, las instituciones y, de hecho, la sociedad está obligada a garantizar que estos principios se cumplan cada vez que se realiza una investigación con seres humanos.

Protección a las personas:

La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Implicará que los sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino involucrará el pleno respeto de sus derechos.

Beneficencia y no maleficencia:

Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador respondió a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia:

El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados.

Integridad científica:

La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

Consentimiento informado y expreso: En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto

(Comité institucional, 2016) Nos dice que la actividad investigativa de las unidades académicas, institutos y centros de investigación; así como de sus investigadores, profesores y estudiantes debe respetar lo establecido en el presente código. Desarrollarán códigos específicos cuando lo consideren necesario.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

5.1.1. Respecto al objetivo 1

Establecer las oportunidades de la Rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa “MOTOREPUESTOS EVER SAC”, Sullana, 2020.

En general la empresa MOTOREPUESTOS EVER SAC, tiene más doce años en el mercado piurano ofreciendo la venta de repuestos, accesorios y motores para vehículos menores. En ella actualmente laboran 6 trabajadores, y el área comercial es la que requiere mayor atención, pues por la naturaleza de la empresa la gestión debe ser la más óptima para poder alcanzar los resultados deseados. Cabe mencionar la empresa está totalmente formalizada ante SUNAT, por contar con un RUC, pero la falta de procesos internos en todas las áreas la hace muy susceptible a que sus gastos sean reparados, además de incurrir en una seria de infracciones que luego pueden ser sancionadas, adicional a ello una inadecuada gestión de inventarios puede perjudicar a largo plazo a la empresa, pues el no tener un stock de seguridad de los productos con mayor demanda generaría la pérdida de clientes y por ende su facturación puede disminuir. A continuación, se observará la identificación de las oportunidades de la gestión empresarial, según el dimensionamiento de la variable rentabilidad y los objetivos de la variable:

(O1) Precios adecuados

(O2) Cartera de clientes

(O3) Competencia

(O4) Ingresos diversificados

(O5) Gestión de productos

(O6) Participación en el mercado

Dimensión N°01: Precios

RESPECTO A LOS PRECIOS

Gerencia debe de planificar, adecuadamente sus precios, con la finalidad de que estos sean accesibles a los clientes, le generen rentabilidad y de acuerdo a eso verificar que descuentos puede ofrecer a su cartera de cliente con el objetivo de generar ingresos a la empresa y por ende mejorar los resultados económicos de la empresa.

Tabla 1. ¿Cree que los precios de los repuestos y accesorios son los adecuados?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) A veces	1	100%
b) Casi nunca	0	0%
c) Siempre	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia

Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Según la Tabla 1, a veces la empresa cree que los precios que ofrece son los adecuados, esto se percibe puesto que no se analizan el margen de rentabilidad de los productos y servicios que se ofrece.

Tabla 2. ¿Conoce el margen de rentabilidad de los productos que ofrece la empresa?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a)No	0	0%
b) Algunas veces	0	0%
c) Si	1	100%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia

Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Según la tabla 2 se evidencia que la empresa, si conoce el margen de rentabilidad de los productos que ofrece la empresa.

Tabla 3. ¿Se maneja política de descuentos?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a)A veces	0	0%
b) Casi nunca	1	100%
c) Siempre	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia

Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Según la tabla 3, se evidencia que la empresa casi nunca ofrece descuentos a sus clientes, al desconocer el margen de rentabilidad de los productos y servicios que ofrece, no tienen la certeza hasta que monto están perdiendo o ganando.

Dimensión N°02: CLIENTE.**RESPECTO A LA ATENCIÓN DEL CLIENTE.**

La organización de los recursos es fundamental en una entidad, pues su óptimo uso está relacionado directamente con la gestión que se realiza en cuanto a la organización de los mismos. Razón por la cual, las empresas deben de gestionarlos adecuadamente, y uno de ellos es su recurso humano el cual debe de estar capacitado y que cumpla con dar una excelente atención al cliente, caso contrario podría verse afectada la rentabilidad de la empresa.

Tabla 4. ¿El personal que labora se encuentra capacitado en el puesto que ocupan?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) No	1	100%
b) Si	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia

Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Según la tabla 4 se evidencia que los colaboradores no se encuentran capacitados para el puesto que ocupan.

Tabla 5. ¿La empresa realiza capacitación y/o inducción a los trabajadores para mejorar productividad?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) No	0	0%
b) algunos veces	1	100%
c) Siempre	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia

Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Como se observa en la tabla 5, en la empresa Motorepuestos Ever SAC, falta mejorar, algunas veces se realiza capacitación e inducción al personal, por lo que se debe ser una actividad rutinaria para poder dar una adecuada atención al cliente.

Tabla 6. ¿Considera que el nivel de atención al cliente es el adecuado?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) No	0	0%
b) En algunas ocasiones	1	100%
c) Siempre	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia

Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Según la tabla 6, se reconoce que en la empresa Motorepuestos Ever SAC, la atención que se le brinda al cliente no es la adecuada, por lo que si el problema persiste la empresa ganará una mala imagen que puede perjudicar su rentabilidad.

Dimensión n° 3 competencia

RESPECTO A LA COMPETENCIA

Tabla 7 ¿Quiénes son tus principales competidores?

CATEGORÍA	% MERCADO
a) Motorepuestos & AB SAC	25%
b) Racing Motors SAC	20%
c) Merino Motors EIRL	7%
c) Otros	48%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Como se observa en la tabla 7, que los principales competidores de la empresa son: Motorepuestos & AB SAC que tiene el 25% del mercado, Racing Motors SAC con 20% del mercado, Merino Motors EIRL con un 7% del mercado y otros incluida a la empresa que cubre la diferencia del mercado el 48%.

Tabla 8. ¿En este momento, tu empresa es más fuerte o más débil que tus principales competidores?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Mas fuerte	1	100%
b) Más débil	0	0%
TOTAL	1	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Como se observa en la tabla 8, que la empresa en estos momentos es más fuerte que su competencia que tiene el 7% del mercado que es Merino Motors EIRL, lo que significa que un mercado por atraer para tener un mejor posicionamiento en el mercado.

Tabla 9. ¿Considera usted que los productos ofrecidos son mejores que los de tus principales competidores?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Si	1	100%
b) No	0	0%
TOTAL	1	100%

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Como se observa en la tabla 9, la empresa considera que sus productos ofrecidos son mejores que los de sus principales competidores, diferenciándose por la calidad del producto.

Tabla 10. ¿Cuáles son tus fortalezas frente a tus principales competidores?

CATEGORÍA	INDICADORES
a) Ubicación de la empresa	X
b) entregas a puestos de venta	X
c) infraestructura	
c) Otros	

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Como se observa en la tabla 10, las fortalezas de la empresa frente a sus principales competidores son la Ubicación de la empresa, y el servicio de entregas a domicilio.

Dimensión: Ingresos

CON RESPECTO A LA DIVERSIFICACION DE LOS INGRESOS.

Para que exista una adecuada gestión de la rentabilidad, el personal de dirección debe de asegurarse de diversificar las fuentes generadoras de ingresos de sus productos o servicios con la finalidad de mantener e incrementar la rentabilidad y esto se realizara si es que la empresa diversifica, conoce sus costos y gastos, conoce los periodos de mayor rotación entre otros.

Tabla 11. ¿La empresa diversifica sus productos ?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) No existe diversificación	1	100%
c) Si existen	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia

Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Como se observa en la tabla 11, el gerente nos respondió que la diversificación de los productos, no se están implementados por lo que se recomienda analizar los productos con mayor demanda.

Tabla 12. ¿Se conoce cuáles son los productos que generan mayores ingresos?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
b) A veces	1	100%
b) Nunca	0	0%
c) Siempre	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia

Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Como se puede observar en la tabla 12, el gerente de la empresa Motorepuestos Ever SAC, señala que a veces la empresa conocer cuáles son los productos que generan mayores ingresos por lo que se recomienda analizar las variaciones de los inventarios e identificar los productos que tienen mayor rotación.

Tabla 13. ¿Los ingresos obtenidos si cubren los costos y gastos operativos?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Si cubren	0	0%
b) Algunas veces no	1	100%
c) Siempre	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia

Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Como se puede observar en la tabla 13 la empresa en estudio, señala que en el algunas ocasiones los ingresos obtenidos por la venta de los productos ofrecidos, no lograr cubrir los costos operativos de la empresa. Por lo que se debe de conocer los gastos o costos que generan mayor impacto en la obtención de beneficios económicos.

Tabla 14. ¿Se tiene identificado los periodos con mayor demanda??

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
b) SI	1	100%
b) NO	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia

Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Según tabla 14, la empresa Motorepuestos Ever SAC, si conoce cuales son los periodos donde hay mayor demanda de los productos que ofrece y de acuerdo a eso se recomienda manejar una adecuada gestión de inventarios con la finalidad de concretar todas las ventas posibles.

DIMENSIÓN: PRODUCTOS

CON RESPECTO A LA GESTION DE INVENTARIOS, INVERSION, RETROALIMENTACION Y PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS.

Para que exista una adecuada gestión que permita obtener rentabilidad en los procesos operativos se debe de realizar de manera óptima, eso implica coordinación entre todas las áreas para lograr las metas deseadas. Es decir, deben de existir una adecuada retroalimentación entre todas las áreas con la finalidad de comunicar a tiempo los procesos que se deben de mejorar, que recursos se requiere, como se están usando los bienes que se les asignan, que productos desean los clientes, entre otros. La comunicación entre las diferentes áreas es importante pues permiten introducir mejoras a tiempo en los diferentes procesos operativos, y a la vez contribuyen a la optimización del uso de los recursos de la empresa. Adicional a ello también mantener un adecuado stock de inventarios que permita atender la demanda.

Tabla 17. ¿Se conoce con exactitud la inversión de los productos y sus costos operativos?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
d) Algunas veces	1	100%
b) Nunca	0	0%
c) Siempre	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia Fuente: cuestionario

aplicado

Interpretación:

Según los resultados de la encuesta, se aprecia en la tabla 17, que la empresa Motorepuestos Ever SAC, algunas veces conoce con exactitud la inversión realizada de sus productos y costos operativos, al desconocer no podrá conocer en qué situación está ganando o perdiendo.

Tabla 18. ¿El personal de venta comunica constantemente las inquietudes o pedidos de productos con mayor demanda?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Algunas veces	1	100%
b) Nunca	0	0%
c) Siempre	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Según los datos obtenidos en la tabla 18, el personal de la empresa en las algunas veces comunica las inquietudes o pedidos de los productos con mayor demanda.

Tabla 19. ¿Existe coordinación de los pedidos que se realizan?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) No existen	0	0%
b) En algunas ocasiones	0	0%
c) Si se existe	1	100%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Según los datos obtenidos del cuestionario que se realizó al gerente de la empresa Motorepuestos Ever SAC, se observa en la tabla 19 que dentro de la empresa si existe coordinaciones de los pedidos, por lo que existe una comunicación corporativa adecuada con la finalidad de que los procesos sean los adecuada y la empresa pueda obtener los resultados deseados.

Tabla 20. ¿La empresa realiza de manera constante promoción de sus productos?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) A veces	1	100%
b) Casi siempre	0	0%
c) Siempre	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Según la tabla 20, se evidencia que la empresa Motorepuestos EVER SAC, en el algunas ocasiones la empresa ha realizado promociones de sus productos, por lo que se debe de priorizar y potenciar la promoción con la finalidad de atraer nuevos clientes y por ende mejorar los resultados económicos de la empresa.

RESPECTO A LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

La obtención de la rentabilidad, es la clave de éxito de cualquier tipo de empresa por lo que se debe de conocer los procesos operativos, el valor diferencial, la participación en el mercado, quienes son nuestros competidores, conocer cuáles son los productos de mayor demanda, mejora continua de procesos entre otros.

Tabla 21. ¿Maneja productos sustitutos, con la finalidad de ofrecer una segunda opción a los clientes?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) No existen	0	0%
b) En proceso de Implementación	1	100%
c) Si existen	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Según la tabla 21, se evidencia que la empresa está en procesos de implementar el manejo de productos sustitutos en algunos productos, generalmente son los de mayor demanda, con la finalidad de captar a clientes y por ende contribuir con la generación de los resultados económicos de la empresa.

Tabla 22. ¿La empresa para entregar los pedidos de sus principales clientes, contrata servicio de un tercero o tiene movilidad propia?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Si, contrata un tercero	1	100%
c) No, tiene movilidad propia	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Como se puede apreciar en la tabla 22, la empresa Motorepuestos Ever SAC, contrata el servicio de transporte por un tercero, que si bien ha cumplido todos sus pedidos, ha ocasionado errores y retrasos que han perjudicado a la empresa, así como también un elevado costo por el servicio.

Tabla 23. ¿Considera que se encuentra posicionado en el mercado?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Si	0	0%
b) En proceso	1	100%
c) No	0	0%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Como se observa en la tabla 23, el gerente de la empresa Motorepuestos Ever SAC, señala que la empresa se encuentra en proceso de posicionamiento, por lo que se debe de manejar e incluir lo de la era digital, con la finalidad de incrementar su participación en el mercado señala que la empresa si se encuentra posicionada, por lo que se debe de manejar e incluir lo de la era digital, con la finalidad de incrementar su participación en el mercado

Tabla 24. ¿La empresa genera un valor diferencial en el mercado

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) No	0	0%
b) nunca	0	0%
c) Siempre	1	100%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia

Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Como se puede apreciar en la tabla 24, en la empresa Motorepuestos Ever SAC, señala que sus productos si generan un valor diferencial en el mercado.

Tabla 25. ¿Cuenta con técnicas o mecanismos que les permitan medir el grado de satisfacción de sus clientes?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) Si	0	0%
b) No	1	100%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia

Fuente: cuestionario

aplicado

Interpretación:

Según se observa en la tabla 25 la empresa Motorepuestos Ever SAC, no realiza medición sobre la satisfacción de los clientes, por lo que no conocen cual es la percepción del cliente sobre sus productos y atención de los vendedores, que le permita realizar una mejora.

Tabla 26. ¿Se analizan los resultados economicos de la empresa con frecuencia?

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a) A veces	1	0%
b) nunca	0	0%
c) Siempre	0	100%
TOTAL	1	100%

Elaboración: propia
Fuente: cuestionario aplicado

Interpretación:

Según se observa en la tabla 26 la empresa Motorepuestos Ever SAC, no analiza la información de los Estados financieros, razón por la cual desconocen con certeza cuál es la rentabilidad de la empresa.

5.1.2. Respecto al Objetivo 2

Describir las oportunidades de la Rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa “MOTOREPUESTOS EVER SAC”, Sullana, 2020.

OPORTUNIDAD DE MEJORA	DESCRIPCION	PROPUESTA
1. Precios adecuados	A través de la encuesta aplicada se logró determinar si los precios que ofrece la empresa son accesibles para los clientes, el margen de la rentabilidad de la empresa y los descuentos que se ofrecen al cliente. Si los precios son los adecuados, los clientes van a recurrir a la empresa, pero para ello debe de conocer con certeza cuál es el margen de rentabilidad por cada producto, cabe destacar que se debe de conocer los demás costos operativos de la empresa y los ingresos que se perciban deben lograr cubrirlos en su totalidad. Cuando se conoce el detalle del gasto total, se evalúa que gastos se deben de disminuir para generar mayor rentabilidad.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sistema de gestión de los costos de los productos que se ofrece. ➤ Disminuir los gastos de la empresa.
2. Cartera de clientes	Se logró evidenciar que la empresa no capacita al personal de ventas y se le da poca importancia a la calidad de servicio al cliente. La empresa debe de potenciar las habilidades de sus vendedores, con la finalidad de mejorar la atención, de manera que se logre una fidelización a los clientes y se logre incrementar la cartera de clientes. La fidelización del cliente es fundamental, es un cliente que con frecuencia recurrirá a las instalaciones para la compra de productos que desee.	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Indicadores de desempeño y satisfacción al cliente.
3. Gestión de los productos	Para gestionar adecuadamente los productos que la empresa vende, se requiere que se realice una adecuada	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Implementación del sistema de inventario

	<p>gestión de inventarios, que se determinen políticas de manejo de inventarios y cuantificar la inversión de los mismos.</p> <p>Además de ello, debe existir una retroalimentación entre el personal de ventas con la finalidad de conocer cuáles son los productos con mayor demanda. Cabe destacar que es importante la promoción de los productos, con el fin de que se den a conocer a la comunidad, para ello se debe de manejar un stock de seguridad de los productos con mayor demanda para poder atenderlos sin problema alguno.</p>	
<p>4. Participación en el mercado</p>	<p>La entidad debe de manejar el uso de productos sustitutos de los productos con mayor rotación, con la finalidad de concretar la venta y no hacer que se pierdan por falta de stock.</p> <p>La empresa debe analizar y no distribuir sus utilidades, puesto que las utilidades que ya hayan sido decretadas suelen generar intereses a favor de los socios, puesto que se convierte en un pasivo. Sin embargo si se capitalizan estas se convierten en cuotas partes o acciones, aumentando el aporte de los socios.</p> <p>Es importante que la empresa analice a sus competidores, con la finalidad de tomar algunas estrategias que le permitan mejorar sus procesos operativos y por ende alcanzar los resultados deseados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se propone adquirir un vehículo para el traslado de la mercadería. ➤ Se propone capitalizar sus utilidades. ➤ Realizar análisis de la situación financiera y determinar los indicadores de rentabilidad.

5.1.3. Respecto al Objetivo 3

Explicar la propuesta de mejora de la Rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa “MOTOREPUESTOS EVER SAC”, Sullana, 2020.

Después de analizar e interpretar los resultados de las encuestas, se llegó a la conclusión que no existe una adecuada gestión empresarial por lo que se propone mejorar los procesos en la determinación de los precios, atención a los clientes, diversificación de los ingresos, Gestión de productos y la participación en el mercado de la empresa. Con respecto a este último, una organización es exitosa cuando tiene una óptima participación en el mercado.

DIMENSION: PRECIOS ADECUADOS

- **Propuesta N° 01 Sistema de Gestión de los costos de los productos que se ofrece.**

Se debe de implementar la estructura de los ingresos y costos de la empresa, con el propósito de realizar una adecuada gestión de los mismos. Además, esto permitirá identificar cuáles son los productos que generan mayores ingresos a la empresa, conocer cuáles son los costos fijos y costos variables, todo esto contribuirá a llevar un control adecuado y el mantener actualizada la información, traerá como consecuencia tomar mejores decisiones, pues se conocerá con certeza cuales son los productos que le generan mayores ingresos y la empresa podrá realizar correcciones a los procesos operativos que le permitan reducir los costos de la empresa, de tal manera que pueda obtener mayor rentabilidad.

a) identificar los ingresos de la empresa

- Ingresos por venta de repuestos y accesorios
- Ingresos por venta de motores

b) los costos operativos de la empresa

Dentro de los costos operativos tenemos:

- Costo de la mercadería
- flete

c) clasificación de los gastos

Gastos de ventas:

- Sueldos a los vendedores
- Publicidad y propaganda
- Gastos de transporte de la mercadería vendida

Gastos administrativos:

- salarios administrativos
- servicios públicos
- útiles de oficina
- honorarios
- arrendamiento
- internet

Propuesta de gestión de control de ingresos y costos

MOTOREPUSTOS EVER SAC

RUC: 20525784267

CENTRO DE INGRESOS

Ingresos por productos

Nº	Detalle del ingreso	TOTAL
1	Repuestos	3,521.00
2	Accesorios	1,678.00
3	Motores	12,987.00

CENTRO DE COSTOS

Costos Operativos

Nº	Detalle del ingreso	TOTAL
1	Costo de adquisición de repuestos	2,282.00
2	Costo de adquisición de accesorios	1,012.00
3	Costo de adquisición de motores	8,812.00
4	Flete	1512.00

Gastos administrativos

Nº	Detalle del egreso	TOTAL
1	Luz y agua	212.00
2	Teléfono e internet	149.90
3	Sueldos administrativos y contador	2030.00

Gastos de Ventas

Nº	Detalle del egreso	TOTAL
1	publicidad	112.00
2	Sueldos de los vendedores	1,860.00

Por medio de este reporte nos permitirá conocer los ingresos de la empresa, e identificar cuáles son los ingresos más significativos para la empresa. Con respecto a los costos, se pueden identificar el detalle de los costos de operación, gastos administrativos y gastos de ventas, así mismo este reporte permitirá conocer lo ganado y gastado durante el periodo, además buscar pago a proveedores buscar las facturas de ingresos o pagos, para una mejor toma de decisiones.

Propuesta N° 02: Disminuir los gastos.

Los gastos que proponemos a Motorepuestos Ever SAC disminuir son aquellos que no están relacionados directamente con las ventas y se pueden controlar.

Los gastos para el año 2019 son de S/. 48,597.60 si aplicamos el control de gastos estos se reducirán el 7,05% dando un total de gastos de S/. 45,395.04 lo cual genera un ahorro de S/. 3.202.56.

GASTOS	PERIODO 2019	Proyección PERIODO 2020	DISMINUCION TOTAL
<u>Gastos de ventas</u>			
Transporte	43,200.00	42,037.44	1,162.56
Asesoría	2,400.00	1,200.00	1,200.00
<u>Gastos Administrativos</u>			
Celular	1,198.80	598.80	600.00
Teléfono fijo	1,798.80	1,558.80	240.00
TOTAL	48,597.60	45,395.04	3,202.56

Transporte.- se puede disminuir el gasto en transporte adquiriendo un vehículo, se plantea una disminución de S/ 1,162.13 anual.

Asesoría al personal de Ventas.- Motorepuestos Ever SAC, asigna un valor alto para capacitaciones al personal de ventas, este monto se lo puede reducir coordinando el curso que sean estrictamente necesario y la persona que lo recibe deberá impartir sus conocimientos al resto del grupo, el ahorro en este rubro se planea que será de S/. 1,200.00.

Celular.- el gasto en telefonía móvil para el año 2019 es de S/. 1,198.80 se recomienda disminuir el 50% quedando con un gasto total de S/. 598.80 este rubro se puede reducir ya que el mayor uso que se le da a esta línea es para llamadas.

Teléfono Fijo.- Este rubro se propone disminuir un 15.5% esto equivale a S/. 1,558.80

anuales, este gasto se disminuye restringiendo llamadas a celulares y a al personal que no requiere la comunicación con provincias, adicionalmente vigilar que las llamadas sean por trabajo.

Propuesta N° 03: Indicadores de desempeño y satisfacción al cliente.

Para contribuir a la fidelización de los clientes e incremento de la cartera, el personal de ventas deberá estar capacitado de manera que la atención sea la adecuada. Para ello se propone realizar encuestas que permitan medir el nivel de satisfacción de los clientes y realizar la medición del desempeño de los trabajadores que pertenecen al área de ventas o los que tienen contactos directo con los clientes.

El conocer el nivel de satisfacción de los clientes, la empresa puede modificar o corregir sus procesos operativos con la finalidad de fidelizar e incrementar la cartera de clientes, y en consecuencia contribuirá a mejorar los resultados económicos de la empresa.

Indicadores de desempeño.

INDICADORES DE RESULTADOS	DEFINICION		UNIDAD DE MEDIDA
Indicadores de cantidad	1	Cumplimiento del plan de Ventas.	Peso de cada meta
	2	Ventas	Variacion %
	3	Unidades vendidas	Variacion %
Indicadores de calidad	4	Nive de satisfacción al cliente.	%
	5	Resultados de auditorias e inspecciones	Evaluación
	6	Quejas y reclamaciones.	Cantidad
Indicadores de crecimiento y	7	Capacitaciones	Cantidad de certificados
	9	Autodesarrollo	Evaluación

Encuesta de satisfacción al cliente

INDICADORES DE RESULTADOS	DEFINICION		UNIDAD DE MEDIDA
Confiabilidad	1	El personal que lo atendio muestra empatía.	Evaluación
	2	La información que se le brindo fue clara y precisa.	Evaluación
Capacidad de Respuesta	3	La atencion fue rapida	Evaluación
	4	Encontro los pedidos que solicito	Evaluación
Empatía	5	La atencion es la adecuada	Evaluación
	6	El personal mostro interes en su pedido	Evaluación
	7	El personal fue cortes y empatico	Evaluación
Aspectos tangibles	8	La infraestructura del local es la adecuada	Evaluación
	9	Percibio que los equipos y material del local esta en buen estado	Evaluación
	10	Autodesarrollo	Evaluación

DIMENSION: GESTION DE LOS PRODUCTOS

Se propone manejar indicadores de gestión de inventarios, eso implica llevar un control adecuado de los inventarios, de manera que se conozca con certeza el importe de la inversión de los mismos. Además de manejar políticas que permitan un adecuado control. Para conocer el importe de la inversión, se requiere realizar un inventario, de manera que se conozca cuál es el estado, la cantidad y calidad de los productos que la empresa almacena.

Propuesta N° 04 Implementación de un sistema de control de inventario

Para implementar un sistema de control de inventario se debe tener en cuenta las siguientes consideraciones:

1. Organizar y complementar la información de tus inventarios

Este paso es fundamental ya que te permitirá tener una visión más real de tu situación de tus inventarios y a partir de esto optimizarlos. Es muy importante contar con un catálogo actualizado y depurado de tus productos. Es primordial

eliminar los productos que ya no manejas y los productos que se encuentran repetidos. Es fundamental también tenerlos debidamente clasificados en familias y/o grupos de artículos.

2. Clasificar tus productos en al menos 3 categorías

Después de haber organizado la información de tu inventario actual, se deberá clasificarlo en 3 categorías principales las cuales te darán un panorama más amplio del tipo de productos con los que cuenta la empresa y cómo deberán ser gestionados cada uno.

- ❖ **Productos de Alta Rotación:** Este tipo de producto tiene un nivel de venta constante durante todo el año y debido a esto, se colocan al menos 6 compras por año para resurtirlo.
- ❖ **Productos de Temporalidad:** En esta categoría se cuentan los productos que no tienen un nivel constante de venta sino que por temporadas puede aumentar o disminuir su rotación, las compras se realizan mes a mes según se vaya requiriendo y previendo el comportamiento de su demanda.
- ❖ **Productos especiales o sobre pedido:** Esta clasificación abarca los productos que se puede decir que son ventas eventuales por alguna requisición extraordinaria, en este caso solamente se ordenan cuando se realiza el pedido por parte del cliente, son productos de los cuales no te conviene tener inventario detenido ya que no se puede saber con certeza cuándo se venderán.

3. Establecer los días de inventarios de tus productos

Se debe considerar el tiempo que se tarda la empresa en tener el producto

disponible para el cliente.

Para definir este dato, se debe que tomar en cuenta dos factores importantes:

- ❖ **Tiempo de entrega del proveedor:** Este concepto se refiere al tiempo que una vez colocado el pedido, tarda el producto en llegar al almacén y está listo para ofrecerlo al cliente. Este dato se puede obtener de manera fácil viendo el histórico de entrega de los productos por parte del proveedor.
- ❖ **Frecuencia de compra:** Este concepto se refiere a cada cuántos días puede o quiere la empresa Motorepuestos Ever SAC estar colocando una orden de compra a este proveedor por este producto. Para obtener este dato, se debe revisar en su histórico de ventas cuánto tarda en venderse en promedio el producto que está ofreciendo por cada compra realizada así se podrá definir qué cantidad es la que se debe comprar. Considerando las dimensiones, costos y la rotación del producto puede decidir comprar más frecuente o menos frecuentemente.

Obteniendo estos datos, puedes definir los días de inventarios, por ejemplo si quisieras tener inventario de 60 días tendrías que realizar el siguiente cálculo.

15 días (lo que tarda en surtir el proveedor) + 45 días (frecuencia de compra) = 60 días

Las compras se realizarían cada 45 días en base a embarques, descuentos y capacidad de almacén.

4. Calcular máximos, mínimos y puntos de re-orden

Basándose en el dato calculado en el paso anterior se puede definir cuanto máximo, mínimo y puntos de re-orden de productos se puede tener en almacén.

1) **Calcula el stock máximo** de un producto tomando como referencia los 60 días de ventas en unidades de ese producto durante el periodo de mayor demanda, consideramos que este monto es de 100 unidades, este será tu máximo, es decir la cantidad mayor permitida de ese producto en el inventario.

2) **Calcula el stock mínimo** de un producto tomando como referencia los 60 días de ventas en unidades de ese producto durante el periodo de menos demanda, consideramos que el monto es de 39 unidades, las cuales representan la cantidad mínima a tener del producto para no correr el riesgo de desabasto.

3) **Define el punto de re-orden**, es decir el nivel de existencias en el cual es necesario realizar un pedido, lo que debes hacer es obtener el promedio de tu máximo y tu mínimo, en este caso sería de 61 unidades, esto quiere decir que cuando tengas esta cantidad en existencia es momento de colocar una orden.

Así mismo, se debe tomar en cuenta que con los productos de temporalidad, es importante considerar con mucho cuidado el nivel máximo para evitar un exceso de inventario que genere costos de almacenamiento si el producto tarda en ser vendido.

5. Compara la información obtenida con tus inventarios actuales.

En esta etapa es primordial que consideres que la información de tus inventarios que tu sistema te está proporcionando sea la correcta. Al analizar los datos identifica todos aquellos productos que se encuentren en un nivel de unidades mayor al máximo calculado, esto con el fin de que se puedas tomar decisiones como poder realizar una estrategia o promoción de ventas para que el producto empiece a tener más demanda y se alcancen los niveles óptimos de mercancía según lo que a tu empresa le convenga más.

De igual manera, con los productos que reconozcas que están por debajo de tus niveles mínimos aceptables se debe validar que el cálculo sea correcto y en los casos en que aplique, comenzar a planear de manera más eficiente las compras para llegar al nivel sugerido y no correr el riesgo de sufrir desabasto.

6. Monitorea tus inventarios en tiempo real.

Ahora que tus inventarios están bajo control, lo recomendable es que cada vez que un producto llegue al nivel mínimo o al punto de re-orden se planee una compra. En este proceso es muy importante la función de tu equipo de compras ya que cada producto tiene su propio comportamiento en cuanto a demanda y rotación, por lo que deberán estar preparados para tomar decisiones importantes para hacer más eficiente la compra.

Por ejemplo cuando se tenga que comprar un producto en específico se podrá identificar que otros productos están también cercano a llegar a su nivel mínimo y poder aprovechar el espacio y costo de transporte en lugar de hacer varias compras individuales al momento de requerir cada producto por separado.

7. Actualización constante de la información.

Las tendencias y situaciones de los productos tienden a cambiar, por lo que es muy importante tener revisiones periódicas de la información y actualizar constantemente los niveles mínimos y máximos que tiene la empresa. Este análisis es recomendable realizarlo anualmente o en caso de que la empresa Motorepuestos Ever SAC, lo requiera también puede llevarse a cabo varias veces al año para que pueda asegurarse de contar con información confiable para tomar todas las decisiones importantes.

Con la utilización del sistema de control de inventario le permite a empresa Motorepuestos Ever SAC:

- **Elevar el Nivel de Servicio al Cliente**, reduciendo la pérdida de venta por falta de mercadería y generando una mayor lealtad a la empresa.
- **Mejorar el Flujo de Efectivo** de tu empresa, al comprar de manera más eficiente y contar con una mayor rotación de inventarios esto ayudará a que el dinero no esté sentado tu almacén sino trabajando.
- **Reducir los costos** de fletes por una mayor planeación y reducción de compras de emergencia.
- **Reconocer y prevenir robos y mermas.**

Además contribuye de manera importante en la generación de utilidades.

Propuesta N° 05 adquirir un vehículo para el traslado de la mercadería.

Se propone adquirir una unidad para trasladar los pedidos de mercadería solicitados por los clientes potenciales con la finalidad de disminuir el gasto de transporte ya que es contratado por un tercero. Esto permitirá que la empresa adopte mejores estrategias de valor diferenciado en el mercado, de manera que contribuyan a la generación de ingresos para la empresa.



DESCRIPCION	
MODELO	: WU71OL-HKMQJ3
TONELADAS:	5.5 Toneladas
MOTOR	: WO4D-J, 4 Cilindros
COMBUSTIBLE:	Diésel
TRANSM./VELOC.:	Mecánico 5 veloc.
CHASIS:	15' pies
PRECIO:	\$ 27,000 S/. 97,200

CUOTA INICIAL DE 30,000 LA DIFERENCIA DE S/ 67,200.00 SERA FINANCIADO A 60 MESES A UNA MENSUAL DE 1,753.12 TCEA 10.30% CREDITO VEHICULAR CON EL BANCO DE CREDITO DEL PERU.

Ventajas por la adquisición de un vehículo en el rubro gasto de transporte considerando que al mes se realizan 12 pedidos a las diferentes zonas de la provincia de Sullana.

Sin Vehículo año 2019	Con vehículo proyección año 2020	Costo en 12 pedidos
Gastos de transporte por el traslado de la mercadería	Gastos de combustible	1,200.00
	Chofer	600.00
	Cuota de financiamiento del vehículo	1,703.12
12 * 300 = 3,600.00 MENSUAL	TOTAL MENSUAL	3,503.12
3600*12 = 43,200.00 ANUAL	3,503.12*12= 42,037.44 ANUAL	
La empresa obtiene una disminución por el servicio de transporte de S/ 1,162.56 anual		

Considerando además que mediante la adquisición de esta unidad de transporte aumentara su activo de la empresa, contribuirá a captar clientes nuevos y a fidelizar a los clientes actuales manteniéndolos siempre informados acerca de la trayectoria o ruta de sus pedidos por ende incrementaran sus ventas y mejorara su rentabilidad.

Propuesta N° 05 Se propone a la empresa capitalizar sus utilidades.

Se propone a la empresa Motorepuestos Ever SAC capitalizar sus utilidades, que le permitan a la empresa mantener en su poder unos recursos importantes y que generalmente son mucho más económicos que recurrir a llevarlas a utilidades retenidas, puesto que las utilidades una vez distribuidas suelen generar intereses a favor de los socios, puesto que se convierte en un pasivo Si las utilidades distribuidas, se pagan en dinero, se debitará la cuenta de pasivo y se acreditará la cuenta de bancos.

En cambio sí se capitalizan estas se convierten en cuotas partes o acciones, aumentando el aporte de los socios y por ende aumentar su patrimonio. Ahora, si las utilidades se pagan con acciones, igualmente se acreditará la cuenta del pasivo, pero esta vez se acreditará la cuenta capital social, que es una cuenta de patrimonio. Puede darse también, que al autorizar la distribución de utilidades en acciones, no se afecte el pasivo en nada, puesto que las utilidades capitalizadas se llevaran directamente a la cuenta de capital de la empresa Motorepuestos Ever SAC debitando previamente la cuenta utilidades del ejercicio.

Una de la forma más común de la empresa Motorepuestos Ever SAC es debilitar sus finanzas, con la distribución de utilidades. Los socios la toman como su caja menor. Esta política lleva a que se desfiguren los estados financieros para lograr una mayor distribución de utilidades sin medir las consecuencias financieras que esto puede ocasionar.

CUENTA	DEBE	HABER
59.1 utilidades no distribuidas	7,594.00	
50.1 Capital social		7,594.00

Propuesta N° 06 Análisis de la Información financiera.

El análisis financiero, constituye una herramienta fundamental para que en una organización se logre una gestión financiera eficiente. Realizarlo es de vital importancia para el desempeño financiero de la empresa:

Tabla 27. Análisis vertical del estado de Situación financiera 2019- 2020

MOTOREPUESTOS EVER SAC RUC N° 20525784267 ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE SITUACION FINANCIERA PERIODOS 2019-2020 (EXPRESADO EN SOLES)				
ACTIVO	2019	%	Proyectado 2020	%
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>				
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	3,950.00	2 %	13,415.00	5%
Mercaderías	150,800.00	75%	195,649.00	66%
Total Activo Corriente	154,750.00	77%	209,064.00	71%
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>				
Inmueble, Maquinaria y Equipo	52,100.00	26%	94,188.00	32%
Depreciación y Amortización Acumulada	-5,210.00	-3%	-9,419.00	-3%
Total Activo No Corriente	46,890.00	23.%	84,769.00	29%
TOTAL ACTIVO	201,640.00	100%	293,833.00	100%
<u>PASIVO</u>				
<u>PASIVO CORRIENTE</u>				
Tributos por pagar	422.00	0%	560.00	0%
Remuneraciones y participaciones por Pagar	2,790.00	1%	2,790.00	1%
Cuentas por Pagar comerciales	62,500.00	31%	86,426.00	29%
Cuentas por Pagar comerciales - relacionadas	22,500.00	11%	33,201.00	11%
Cuentas por Pagar Diversas - Terceras	35,900.00	18%	30,855.00	11%
Cuentas por pagar diversas	48,728.00	24%	40,250.00	14%
Total Pasivo Corriente	172,840.00	85%	194,082.00	66%
<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>				
Obligaciones Financieras	00.00	00%	65,379.00	22%
Total Pasivo No Corriente	00.00	00%	65,379.00	22%
TOTAL PASIVO	172,840.00	0%	259,461.00	88%
<u>PATRIMONIO</u>				
Capital	23,600.00	12%	23,600.00	8%
Resultados del ejercicio	5,200.00	3%	10,772.00	4%
Total Patrimonio	28,800.00	15%	34,372.00	12%
TOTAL PATRIMONIO	28,800.00	15%	34,372.00	14%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	201,640.00	100%	293,833.00	100%

Fuente: Estados de Situación Financiera año 2019 y 2020

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN

Como se puede “observar en los estados de situación financiera de la Empresa Motorepuestos Ever SAC, el rubro más importante en el activo corriente y la cuenta más relevantes son las mercaderías, pues representa el 75% en el año 2019 y el 66% en el año 2020,” esto se debe que la empresa no lleva un control de inventario de mercadería en almacén, para cubrir las necesidades del cliente y el efectivo y equivalentes de efectivo equivale al 2% para el año 2019 y 5% para el 2020, esto se debe a que se importó productos que la empresa no tenía previsto. En el pasivo se observa que un 31 % corresponde cuentas por pagar comerciales en el año 2019 y el 29% en el año 2020, esto se debe a que la empresa realiza sus compras con vencimiento de 30,60 y 90 días en tres letras, Remuneraciones y participaciones por Pagar le corresponde a un 1% para ambos periodos, Cuentas por Pagar comerciales – relacionadas representa 11% para ambos periodos, Cuentas por Pagar Diversas – Terceras se realizó la disminución del 7%, se refleja en el estado de situación para el año 2019 18% y para el año 2020 11% , esto debe por que el contador había considerado pagos que corresponde a la cuenta por pagar comerciales. “Cuentas por pagar diversas refleja un 24% para el año 2019 y el 14% para el 2020 de igual manera la disminución del 10% corresponde a que consideraron pagos que debieron ser incluidos en los pagos de cuentas por pagar comerciales.” “Hubo un aumento en las obligaciones financieras del 22% del total del pasivo esto se debe a que adquirió una unidad de transporte con financiamiento.”

Tabla 28. Análisis horizontal del Estado de Situación financiera 2019- 2020

ANÁLISIS HORIZONTAL DEL ESTADO DE SITUACION FINANCIERA				
EMPRESA MOTOREPUESTOS EVER SAC				
PERIODO 2019 –2020				
(EXPRESADO EN SOLES)				
ACTIVO	2019	proyectado 2020	VARIACION	%
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>				
Efectivo y Equivalente de Efectivo	3,950.00	13,415.00	9,465.00	240%
Mercaderías	150,800.00	195,649.00	44,849.00	30%
Total Activo Corriente	154,750.00	209,064.00	54,314.00	35%
<u>ACTIVO NO CORRIENTE</u>				
Inmueble, Maquinaria y Equipo	52,100.00	94,188.00	42,088.00	81%
Depreciación y Amortización Acumulada	-5,210.00	-9,419.00	-4,209.00	81%
Total Activo No Corriente	46,890.00	84,769.00	37,879.00	81%
TOTAL ACTIVO	201,640.00	293,833.00	92,193.00	25%
PASIVO				
<u>PASIVO CORRIENTE</u>				
Tributos por pagar	422.00	560.00	138.00	33%
Remuneraciones y participación por pagar	2,790.00	2,790.00	0.00	0%
Cuentas por Pagar a comerciales	62,500.00	86,426.00	23,926.00	38%
Cuentas por Pagar comerciales-Relacionadas	22,500.00	33,201.00	10,701.00	48%
Cuentas por Pagar Diversas - Terceras	35,900.00	30,855.00	-5,045.00	-14
Cuentas por pagar diversas	48,728.00	40,250.00	-8,478.00	-21%
Total Pasivo Corriente	172,840.00	194,082.00	21,242.00	9%
<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>				
Obligaciones Financieras	00.00	65,379.00	65,379.00	100%
Total Pasivo No Corriente	00.00	65,379.00	65,379.00	100%
TOTAL PASIVO	172,840.00	259,461.00	86,621.00	50%
PATRIMONIO				
Capital	23,600.00	23,600.00	0.00	0%
Resultados del Ejercicio	5,200.00	10,772.00	5,572.00	107%
Total Patrimonio	28,800.00	34,372.00	5,572.00	19%
TOTAL PATRIMONIO	28,800.00	34,372.00	5,572.00	19%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	201,640.00	293,833.00	92,193.00	25%

Fuente: Estados de Situación Financiera año 2019 y 2020

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN

En este análisis horizontal practicado a los años 2019 y 2020, se puede apreciar que el activo corriente ha incrementado en un 35%, esto se incrementó por la adquisición del vehículo, y así mismo aumento el efectivo y equivalente de efectivo, debido al aumento de ventas para el año 2020. “En el pasivo corriente también encontramos un incremento del 50% con respecto a las obligaciones por pagar debido al financiamiento por la adquisición del vehículo, así también se ve un aumento e 38% en la cuenta por pagar comerciales- terceros.” Y eso se debe a que se incrementó el endeudamiento con los proveedores.

Tabla 29. Análisis vertical del Estado de Resultados 2019- 2020

ANÁLISIS VERTICAL DEL ESTADO DE RESULTADOS				
EMPRESA MOTOREPUESTOS EVER SAC				
PERIODOS 2019 - 2020				
(EXPRESADO EN SOLES)				
	2019	%	proyectado 2020	%
<u>INGRESOS OPERACIONALES</u>				
Ventas Netas	425,600.00	100%	323,543.00	100%
Total Ingresos Brutos	425,600.00	100%	323,543.00	100%
Costos de Ventas	-395,600.00	-93%	-302,045.00	-93%
Utilidad Bruta	30,000.00	7%	21,498.00	7%
Gastos de Ventas	-12,500.00	-3%	-7,743.00	-2%
Gastos de Administración	-12,500.00	-3%	-2,983.00	-1%
Utilidad Operativa	5,200.00	-6%	10,772.00	3%
Ingresos Financieros			0.00	0%
Gastos Financieros	0.00	0%	0.00	-0%
Resultados antes de Participaciones y del Impuesto a la Renta	5,200.00	1%	10,772.00	3%
Impuesto a la renta	-1,534.00	0%	-3,178.00	1%
Utilidad Neta del Ejercicio	3,666.00	1%	7,594.00	2%

Fuente: Estados de Resultados 2019 y 2020

Elaboración: Propia

Tabla 30. Análisis horizontal del Estado de Resultados 2019- 2020

ANÁLISIS HORIZONTAL DEL ESTADO DE RESULTADOS EMPRESA MOTOREPUESTOS EVER SAC PERIODOS 2019 - 2020 (EXPRESADO EN SOLES)						
	2019	%	Proyectado 2020	%	VARIACION	%
<u>INGRESOS OPERACIONALES</u>						
Ventas Netas	425,600.00	100%	323,543.00	100%	102,057.00	24%
Total Ingresos Brutos	425,600.00	100%	323,543.00	100%	102,057.00	24%
Costos de Ventas	-395,600.00	-93%	-295,511.00	-91%	-93,555.00	-31%
Utilidad Bruta	30,000.00	7%	21,498.00	7%	-8,502.00	-31%
Gastos de Ventas	-12,500.00	-3%	-7,743.00	-2%	4,743.00	-61%
Gastos de Administración	-12,500.00	-3%	-9,517.00	-3%	2,983.00	-31%
Utilidad Operativa	5,200.00	6%	17,260.00	3%	-5,572.00	-52%
Ingresos Financieros			0.00	0%	0.00	-0%
Gastos Financieros	0.00	0%	0.00	0%	0.00	-0%
Resultados antes de Participaciones y del Impuesto a la Renta	5,200.00	1%	10,772.00	3%	5,572.00	52%
Impuesto a la renta	-1,534.00	-0.0%	-3,178.00	1%	-1,644.00	52%
Utilidad Neta del Ejercicio	3,666.00	1%	7,594.00	2%	3,928.00	52%

Fuente: Estados de Resultados 2019 y 2020

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN

Los ingresos por mercaderías para el año 2019 y 2020 es de S/ 425,600 y 323,543 respectivamente, dándose del periodo 2019 y 2020 una variación absoluta de S/ 102,057 con una variación relativa de 31.54%, esta partida está constituida por los ingresos por venta de repuestos, accesorios y motores, se determina que los ingresos diversos del periodo 2019 al 2020, han disminuido debido a tres a la pandemia que atraviesa el Peru afecto a muchas empresas siendo una de estas no tuvo ventas en tres meses del año 2020.

Se determina que el pago del impuesto a la renta del periodo 2019 al 2020, han aumentado debido que la utilidad antes de participación e impuesto del año 2019 fue de S/ 5,200 en relación con del año 2020 S/ 10,772 una variación relativa de 107.16%.

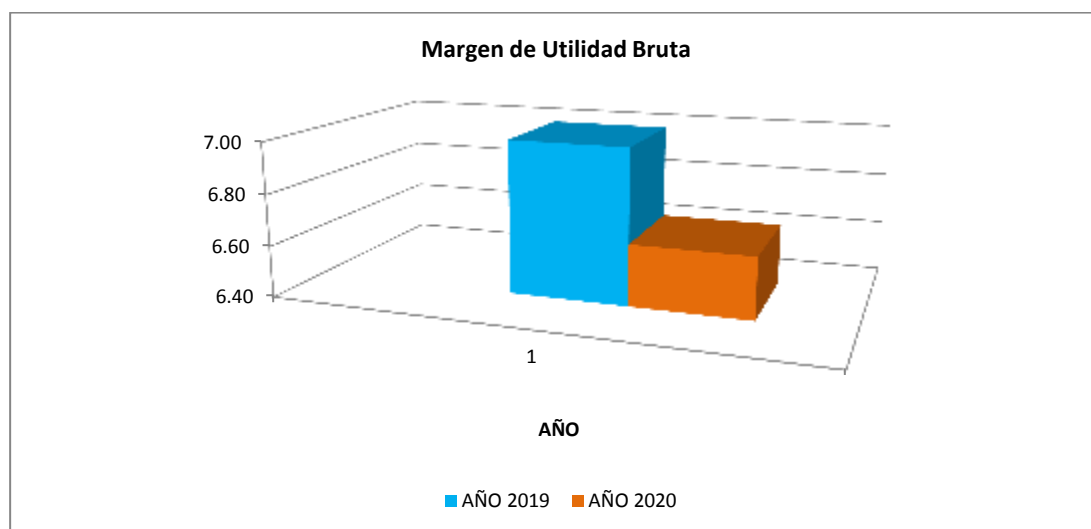
El resultado del ejercicio para el año 2019 y 2020 es de S/ 3,666 y 7,594 respectivamente, generándose del periodo 2019 y 2020 una variación absoluta de S/ 3,928 con una variación relativa de 107.16%, se determina que el resultado del ejercicio del periodo 2019 al 2020, han aumentado al haber generado mayores ingresos por venta de mercadería, sus gastos disminuyeron su partida más representativa son los costos de ventas con un 93% del total de su ventas según el análisis vertical.

ANÁLISIS COMPARATIVO DE RATIOS DE RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MOTOREPUESTOS EVER SAC PERIODO 2019 Y 2020 (EXPRESADO EN SOLES)

Margen de Utilidad Bruta:

INDICADOR FINANCIERO	EJERCICIO O PERIODO	
	2019	Proyección 2020
Margen de Utilidad Bruta = $\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas}}$	Utilidad Bruta	21,498
	Ventas	323,543
		6.64%
		7%

Grafico 1. Margen de Utilidad Bruta.



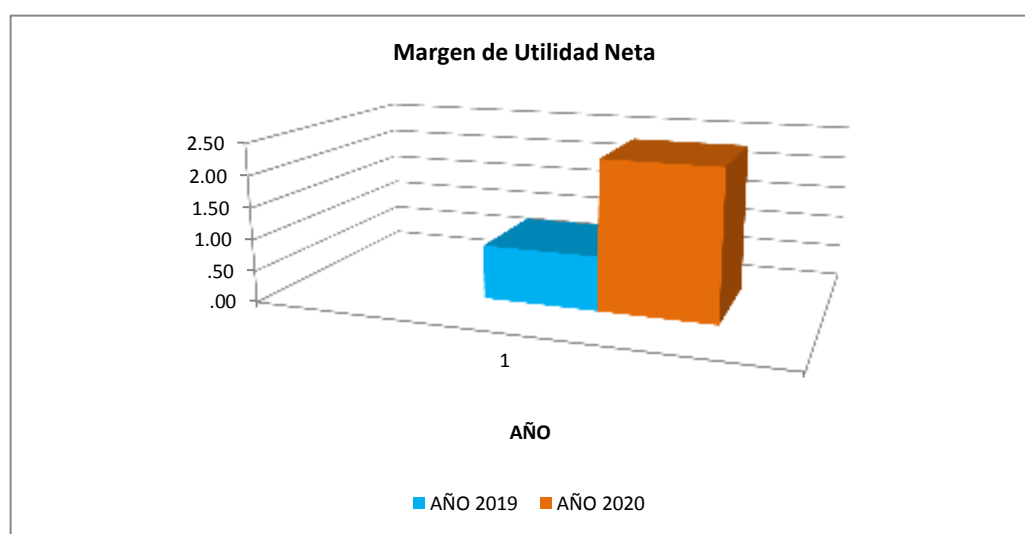
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Como se observa en el gráfico 01, las ventas de la empresa generan un utilidad bruta de 7% para el año 2019 y 6.64% para el año 2020 respectivamente, este margen para el periodo 2020 disminuyó en 0.36% a pesar de haber generado mayores ingresos por ventas, sus costos de ventas se incrementaron, para el periodo 2020 obteniendo una utilidad bruta de 6.64% sobre sus ventas.

Margen de Utilidad Neta:

INDICADOR FINANCIERO	EJERCICIO O PERIODO	
	2019	Proyectado 2020
Margen de Utilidad Neta = $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$	3,666.00	7,594.00
	425,600.00	323 ,543
	0.86%	2.35%

Gráfico 2. Margen de Utilidad Neta



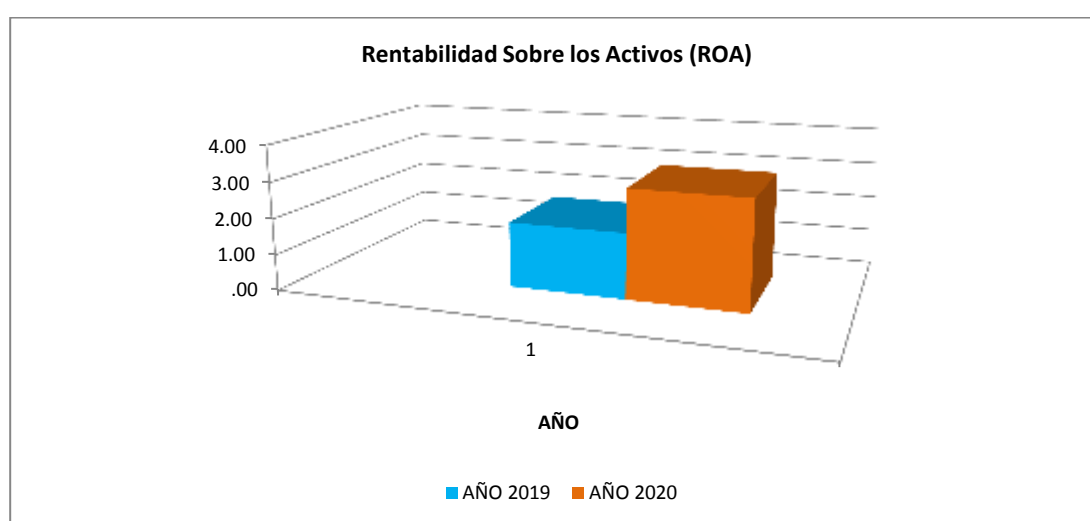
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Como se observa en el gráfico 02, las ventas de la empresa generan un utilidad neta de 0.86% para el periodo 2019 y 2.35% para el periodo 2020 respectivamente, lo que significa que la empresa para el año 2019 no ha tenido una estructura definida sobre los costos de ingresos y gastos de ventas y administrativos de la empresa, para el año 2020 se utiliza una gestión de control de costos para administrar de manera eficiente los componentes del costo, obteniendo una utilidad bruta de 2.35% sobre sus ventas.

Rentabilidad sobre los Activos Netos (ROA):

INDICADOR FINANCIERO	EJERCICIO O PERIODO	
	2019	Proyectado 2020
Rentabilidad sobre los Activos= $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$ Netos (ROA)	3,666.00	7,594.00
	201,640.00	293,833.00
	1.82%	2.58%

Gráfico 3. Rentabilidad Sobre los Activos (ROA)



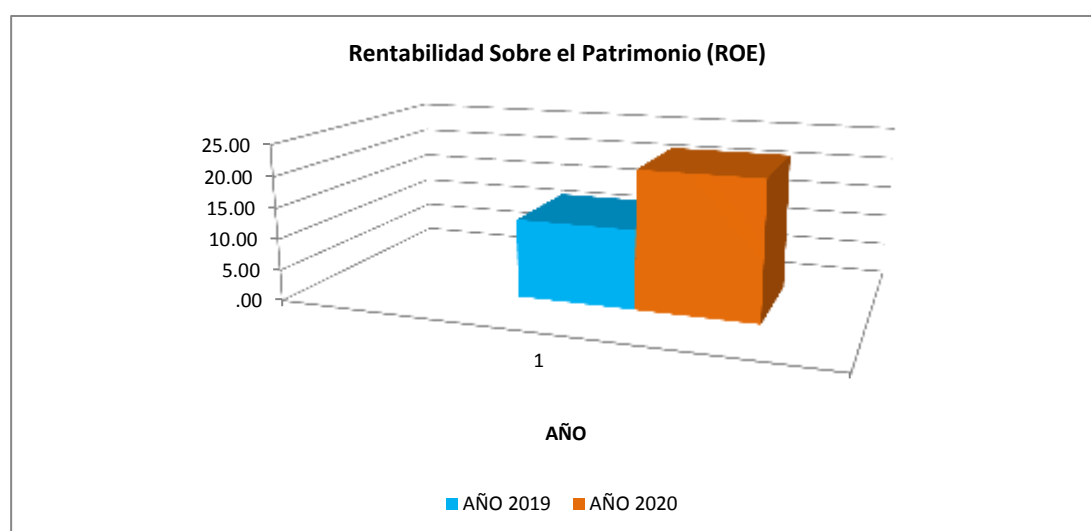
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Como se observa en el gráfico 03, la rentabilidad sobre los activos de la empresa es de 1.82% para el año 2019 y 2.58% para el año 2020 respectivamente, el ratio de rentabilidad para el año 2020 tuvo un incremento de 0.76%, obteniendo un ROA de 2.58%, es decir, la empresa tiene una rentabilidad del 2.58% con respecto a sus activos que posee.

Rentabilidad sobre el Patrimonio (ROE):

INDICADOR FINANCIERO		EJERCICIO O PERIODO	
		2019	Proyectado 2020
Rentabilidad sobre Patrimonio (ROE)	Utilidad Neta	3,666.00	7,594.00
	Patrimonio	28,800.00	34,372.00
		12.73%	22.09%

Grafico 4. Rentabilidad Sobre el Patrimonio (ROE)



Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Como se observa en el gráfico 04, la rentabilidad sobre el Patrimonio de la empresa es de 12.73% para el año 2019 y 22.09% para el año 2020 respectivamente, el ratio de rentabilidad para el año 2019 al 2020 tuvo un incremento de 9.36%, obteniendo un ROE de 22.09%, es decir, la estructura de patrimonio indica que el regreso de la inversión de los propietarios es del 22.09%, porcentaje representativo de retribución para los accionistas.

Tabla 31. Análisis de ventas de los años 2019- 2020

ANÁLISIS DE VENTAS EN LOS AÑO 2019 Y AÑO 2020

(EXPRESADO EN SOLES)

PERIODO	2019	2020	VARIACION	%
ENERO	38,500.00	36,130.00	-2,370.00	-7%
FEBRERO	35,570.00	33,998.00	-1,572.00	-5%
MARZO	41,000.00	38,595.00	-2,405.00	-6%
ABRIL	34,400.00	-	-	-
MAYO	30,100.00	-	-	-
JUNIO	34,767.00	-	-	-
JULIO	33,460.00	29,460.00	-4,000.00	-14%
AGOSTO	38,344.00	38,733.00	389.00	1%
SETIEMBRE	39,311.00	33,539.00	-5,772.00	-17%
OCTUBRE	34,578.00	38,578.00	4,000.00	12%
NOVIEMBRE	32,231.00	39,171.00	6,940.00	22%
DICIEMBRE	33,339.00	35,339.00	2,000.00	6%
TOTAL	S/.426,600.00	S/. 323,543.00	-3,179.00	8%

Fuente: Estados Financieros 2019-2020 y Declaraciones - PDT 621- IGV RENTA

Elaboración: Propia

DESCRIPCIÓN

En la tabla 40 “se detallan las ventas de los años 2019 y La proyección para el año 2020, se ha elaborado desde el mes de Setiembre puesto que ya tenía los datos de la declaración de enero a Agosto 2020, y desde Setiembre a diciembre he aplicado el porcentaje que resultado de la tabla N° 11 que es el 23% más correspondiente de dichas ventas.”

5.2 Análisis de los Resultados

5.2.1. Respecto al objetivo 1

Reconocer las oportunidades de mejora de la Rentabilidad del micro y pequeña empresa Motorepuestos Ever SAC, Sullana 2020.

Según los datos obtenidos en la recopilación de datos con la encuesta realizada a la empresa “MOTOREPUESTOS EVER S.A.C”

RESPECTO A LOS PRECIOS

Gerencia debe de planificar, adecuadamente sus precios, con la finalidad de que estos sean accesibles a los clientes, le generen rentabilidad y de acuerdo a eso verificar que descuentos puede ofrecer a su cartera de cliente con el objetivo de generar ingresos a la empresa y por ende mejorar los resultados económicos de la empresa.

RESPECTO A LA ATENCIÓN DEL CLIENTE.

La organización de los recursos es fundamental en una entidad, pues su óptimo uso está relacionado directamente con la gestión que se realiza en cuanto a la organización de los mismos. Razón por la cual, la empresa debe de gestionarlos adecuadamente, y uno de ellos es su recurso humano el cual debe de estar capacitado y que cumpla con dar una excelente atención al cliente, caso contrario podría verse afectada la rentabilidad de la empresa.

CON RESPECTO A LA DIVERSIFICACION DE LOS INGRESOS.

Para que exista una adecuada gestión de la rentabilidad, el personal de dirección debe de asegurarse de diversificar las fuentes generadoras de ingresos de sus productos o servicios con la finalidad de mantener e incrementar la rentabilidad y esto se realizara si es que la empresa diversifica, conoce sus costos

y gastos, conoce los periodos de mayor rotación entre otros.

CON RESPECTO A LA GESTION DE INVENTARIOS, INVERSION, RETROALIMENTACION Y PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS.

Para que exista una adecuada gestión que permita obtener rentabilidad los procesos operativos se deben de realizar de manera adecuada, eso implica coordinación entre todas las áreas para lograr las metas deseadas. Es decir, deben de existir una adecuada retroalimentación entre todas las áreas con la finalidad de comunicar a tiempo los procesos que se deben de mejorar, que recursos se requiere, como se están usando los recursos que se les asigna, que productos desean los clientes, entre otros. La comunicación entre las diferentes áreas es importante pues permiten introducir mejoras a tiempo en los diferentes procesos operativos, y a la vez contribuyen a la optimización del uso de los recursos de la empresa. Además de mantener un adecuado stock de inventarios que permita atender la demanda.

RESPECTO A LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

La empresa Motorepuestos Ever SAC, tiene más doce años en el mercado de Sullana ofreciendo la venta de repuestos, accesorios y motores para vehículos, todos las empresas del mismo rubro deben de fijar sus costos de acuerdo al mercado, sin embargo, por la informalidad de algunas empresas que compiten con precios más bajos, además el alto costo de gastos de transporte están afectando a la empresas que a veces debe ajustar sus precios, esta situación genera que en algún momento los ingresos no cubren sus costos operativos.

CON RESPECTO A LA COMPETENCIA

Sus principales competidores de la empresa son Motorepuestos & AB SAC que tiene el 25% del mercado, Racing Motors SAC con 20% del mercado, que son empresa consolidadas con más de 20 años de experiencia, y Merino Motors EIRL con 7% del mercado, y Repuestos y accesorios el veloz EIRL tiene el 8 % y otros cubren la diferencia del mercado el 40%, la empresa se está haciendo más conocida y preferida por los clientes por la variedad de repuestos que ofrecen que lo conlleva a tener una tendencia de atraer más mercado.

CON RESPECTO A LA RENTABILIDAD

La empresa no conoce con exactitud sus niveles de rentabilidad, debido a que no ha realizado el análisis financiero de sus estados financieros, y no utiliza un sistema de inventario para determinar su costo total de la mercadería, todos sus costos y gastos los distribuye en gastos administrativos y gastos de venta para determinar sus costos operativos, esta situación hace que la rentabilidad sea imprecisa.

5.2.2. Respecto al objetivo N° 2

Describir las oportunidades de rentabilidad que mejoren las posibilidades en la empresa Motorepuestos Ever SAC, Sullana 2020.

- En base a los resultados obtenidos se evidenció que la empresa no tiene una buena estructura de los ingresos y costos de la empresa, debido a que no cuenta debidamente identificados mediante un sistema de inventario cuáles son los productos que generan mayores ingresos a la empresa, conocer cuáles

son los costos fijos y costos variables, todo esto contribuirá a llevar un control adecuado y el mantener actualizada la información, además traerá como consecuencia tomar mejores decisiones, pues se conocerá con certeza cuales son los productos que le generan mayores ingresos y la empresa podrá realizar correcciones a los procesos operativos que le permitan reducir los costos de la empresa, de tal manera que pueda obtener mayor rentabilidad, esta circunstancia conlleva a que la empresa podría desaparecer por ofrecer productos por debajo de sus costos.

- Motorepuestos Ever SAC, presenta elevados sus gastos de ventas y administrativos que no están relacionados directamente con las ventas los cuales se pueden controlar como por ejemplo los gastos de transporte, Asesoría al personal de ventas, celular y Telefonía Fija, Es importante para toda empresa clasificar sus gastos para poder llevar un mejor control de los mismos. Tener gastos fuera de control es una situación financiera que genera mucha inestabilidad, ya que el efecto inmediato se refleja en la incapacidad para solventar los compromisos u obligaciones económicas en el corto plazo. Afectando, de manera directa las operaciones diarias y su rentabilidad de la empresa.
- La empresa Motorepuestos Ever SAC, presenta deficiencias en la entrega de sus pedidos, además no ha podido cumplir con los clientes que llegan a tienda al no contar con un stock actualizado de sus productos, es por ello que se ha propuesto implementar un sistema de control de inventario lo cual se debe realizar un seguimiento para poder cumplir con los pedidos de los clientes en todo momento.

- La empresa no realiza la medición del desempeño de los trabajadores que pertenecen al área de ventas o los que tienen contacto directo con los clientes. Así como no ha medido el grado de satisfacción de los clientes a razón que la mayoría de sus clientes son antiguos y no se ha preocupado en este aspecto, esto ha generado que la empresa no pueda conocer las opiniones y sugerencias de sus clientes para poder mejorar sus productos y lo que debe hacer para garantizar su satisfacción de los mismos, no conocer la satisfacción de los clientes podría afectar el éxito y crecimiento de la empresa.
- La empresa Motorepuestos Ever SAC, se ve afectado en el alto costo por el servicio de transporte contratado un tercero, esto genera que no logre incrementar sus ingresos por ventas ya que ocurren retrasos de los pedidos por la disponibilidad de los vehículos de transporte, no pudiendo incrementar su cartera de clientes por lo cual afecta la rentabilidad, esta ventaja competitiva hace que la empresa aumente sus ventas y logre sus objetivos y visión de posicionarse mejor en el mercado y tener mejores resultados para la empresa.
- La empresa Motorepuestos Ever SAC, distribuye a cada socio sus utilidades generadas en cada periodo, estas utilidades se pagan en dinero, debitándose de la cuenta del pasivo y se acredita la cuenta de bancos, generando intereses a favor de los socios. Lo cual ocasiona que la empresa debilite sus finanzas, con la distribución de utilidades.” “Esta política lleva a que se desfiguren los estados financieros para lograr una mayor distribución de utilidades sin medir las consecuencias financieras que esto puede ocasionar.

- La falta de un análisis financiero de sus EE.FF. de la empresa, ocasiona que la empresa no determine los índices de rentabilidad: Rentabilidad sobre ventas que es la utilidad sobre sus ventas, rentabilidad sobre activos que es la rentabilidad económica por el rendimiento de sus activos totales y la rentabilidad sobre patrimonio que es la rentabilidad financiera por el rendimiento de su patrimonio que posee la empresa, Sin embargo, no conocer los niveles de rentabilidad de que la empresa es rentable o no, conlleva a tener una empresa con tendencia a desaparecer.

5.2.3. Respecto al objetivo N° 3

Explicar la propuesta de la rentabilidad que mejoren las posibilidades en la empresa Motorepuestos Ever SA, Sullana 2020.

- Con la identificación y una buena estructura del costo de ingresos y gastos en la empresa, permitirá conocer la rentabilidad generada por cada por cada tipo de producto, la hoja de costo del producto se convertirá en un instrumento de información importante para la área de contabilidad y gerencia para la toma de decisiones, permitirá establecer márgenes de ganancia más precisos, para minimizar costos, para administrar de manera eficiente los costos operativos, así maximizar los beneficios y resultados de la empresa.
- Con la reducción de gastos de transporte, asesoría al personal de ventas, celular y telefonía fija la empresa logra tener un ahorro de S/. 3,202.56 lo cual es beneficioso para la empresa Motorepuestos Ever SAC, ya que esta disminución ayudara a incrementar su ingresos y por ende su rentabilidad económica.

- Con la propuesta la medición de desempeño de sus colaboradores de ventas se tendrá identificado si cumplen con las pautas de atención al cliente y además al realizar la medición de la satisfacción de los clientes mediante encuestas, permitirá a la empresa conocer el comportamiento y la fidelidad de sus clientes, las opiniones o sugerencias con respecto a sus servicios ofrecidos en diferentes aspectos, si su servicio es de calidad o tiene deficiencias, sí es que cumple con las expectativas de los mismos, obtendrá información importante para la mejora continua de sus productos y lo que debe hacer para garantizar siempre la satisfacción de los mismos.
- Con la implementación de un sistema de inventario permanente, permitirá a la empresa conocer el costo de la mercadería por cada tipo de producto, el monto del costo de la mercadería vendida y el saldo la cuenta de inventario están disponibles en cualquier momento, detectar sin demora cualquier problema antes que se haga mayor, como robos, daños o fugas de inventario, Prevenir desabastecimientos. Una falta de existencias significa que un producto está agotado, Proporcionar a la gerencia una comprensión más precisa de las preferencias de los clientes, brindar mayor precisión, ya que cada artículo de inventario se registra por separado en el libro mayor, Reducir los recuentos de inventario físico, no requiriendo cerrar las actividades comerciales rutinarias durante el recuento físico, reduce costos de almacenamiento, así mismo bajo el sistema permanente, mantendrá actualizado en el costo de la cuenta de mercancía vendida a medida que se realiza cada venta.

Esto significa que es fácil obtener un costo preciso de la mercancía vendida antes que finalice el período contable.

- La adquisición de este vehículo ayuda a la empresa a incrementar sus activos, disminuir sus gastos por el servicio de transporte además le ayuda a fidelizar a nuevos clientes y mantenerlos a los actuales, reduciendo demoras en las entregas de los pedidos, obteniendo un aumento en sus ingresos y por ende mejorar su rentabilidad.

El transporte estará siempre disponible haciendo posible la entrega inmediata desde el punto de origen al de destino, contribuye a que la empresa Motorepuestos Ever SAC, sea mucho más atractiva.

- Con la capitalización de las utilidades le permite a la empresa aumentar la rentabilidad financiera, la capitalización de utilidades, que es la no distribución de utilidades, permite a la empresa mantener en su poder unos recursos importantes y que generalmente son mucho más económicos que recurrir a llevarlas a utilidades retenidas, puesto que las utilidades retenidas que ya hayan sido decretadas suelen generar intereses a favor de los socios, puesto que se convierte en un pasivo. Los socios de la empresa Motorepuestos Ever SAC deben evaluar si están de acuerdo en tener unas utilidades retenidas sin que le generen rendimiento alguno, en cambio sí se capitalizan estas se convierten en cuotas o acciones, aumentando el aporte de los socios.

- La realización de un análisis financiero de la Rentabilidad, permitirá conocer los niveles de rentabilidad de la empresa a través de aplicación de ratios: Rentabilidad sobre ventas que es la utilidad sobre sus ventas, rentabilidad sobre activos que es la rentabilidad económica por el rendimiento de sus activos totales y la rentabilidad sobre patrimonio que es la rentabilidad financiera por el rendimiento de su patrimonio que posee la empresa, teniendo como resultado cifras de rendimiento del proceso productivo y determinar si los tipos de servicios ofrecidos son rentables o no.

5. Conclusiones

6.1 Respecto al objetivo N° 1

Establecer las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades en la empresa Motorepuestos Ever SAC, Sullana, 2020.

1. La empresa fija sus precios por estimación, no identifica claramente los costos de los productos que adquiere y que estén de acorde al mercado.
2. La empresa se está consolidando oportunamente, de tal manera que es más conocida y preferida por los clientes por el fácil acceso ya que se ubicada en una avenida, hay un pequeño estacionamiento y el espacio que tiene al momento de realizar su pedido, logrando atraer más clientes y mercado.
3. La empresa desde que inició sus operaciones tiene una cartera de clientes históricos ofreciéndoles mejores condiciones de los productos y que la captación de nuevos clientes es por recomendaciones de sus clientes antiguos.
4. Los gastos operativos están mal representados en sus estados financieros distribuyéndolos en sus gastos de venta y gastos administrativos, lo que hace que la empresa no conozca sus gastos reales y por ende tenga un alto gasto en este rubro.
5. La empresa genera alto gasto en el servicio de transporte por la entrega de sus pedidos a sus principales clientes, además por la No disponibilidad del servicio hace que se retrasen o generen errores en los pedidos, ocasionando así malestar en sus clientes.
6. Motorepuestos Ever SAC, no capitaliza sus utilidades lo que lleva a que se debilite su situación financiera no logrando aumentar su rentabilidad financiera.

7. La empresa no conoce con exactitud sus niveles de rentabilidad, no aplica ratios de rentabilidad para medir el rendimiento sobre sus ventas, sobre sus activos y sobre su patrimonio que afecta las decisiones financieras de la empresa

6.2 Respecto al objetivo N° 2

Describir las oportunidades de rentabilidad que mejoren las posibilidades en la empresa Motorepuestos Ever SAC, Sullana, 2020.

1. Se determina que la empresa fija sus precios a través de estimaciones, esto hace que sus costos reales sean imprecisos y la rentabilidad sea inexacta, afectando la toma de decisiones financieras.
2. Motorepuestos Ever SAC, no tiene debidamente clasificados los gastos de ventas y administrativos no diferenciarlos ocasiona que para empresa le sea más difícil controlarlos.
3. La organización no ha medido el grado de satisfacción de sus clientes debido a que la mayoría de sus clientes son antiguos y no se ha preocupado en este aspecto.
4. La empresa no lleva un control de su inventario, desconoce el monto de su stock total de mercadería, el costo de ventas lo realiza bajo estimaciones, no conoce que productos son de mayor rotación y que productos están por agotarse de tal modo no cumple de una manera óptima con los pedidos de sus clientes.
5. La entidad no se ha proyectado en adquirir un vehículo para trasladar la mercadería desconoce los beneficios que obtendría con la adquisición de la misma, pues esto también se debe a que no lleva un control de sus gastos.
6. Motorepuestos Ever SAC, no capitaliza sus utilidades lo que ocasiona que no logre aumentar la rentabilidad financiera de la empresa puesto que le generen

intereses en su pasivo, además que se debite la cuenta del pasivo y se acredite la cuenta de bancos.

7. La falta de un análisis de sus estados financieros, ocasiona que la empresa no determine los índices de rentabilidad: sobre ventas, rentabilidad económica y rentabilidad financiera, para conocer si es que la empresa es rentable o no.

6.3 Respecto al objetivo N° 3

Explicar la propuesta de la rentabilidad que mejoren las posibilidades en la empresa Motorepuestos Ever SAC, Sullana, 2020

1. Se determina que al realizar una identificación de los costos de ingresos y gastos operativos la empresa permite conocer la estructura del costo del producto y la rentabilidad por cada tipo de producto, permite establecer márgenes de ganancia más precisos, administrar de manera más eficientes los costos operativos y maximizar los beneficios y resultados de la empresa.
2. Con la reducción de gastos de transporte, asesoría al personal de ventas, celular y telefonía fija si se le aplica el control de gastos estos se reducirán en 7,05% generando un ahorro de S/. 3.202.56 lo cual es beneficioso para la empresa Motorepuestos Ever SAC, ya que esta disminución ayudara a incrementar su ingresos y por ende su rentabilidad económica.
3. Con la medición de la satisfacción de los clientes mediante encuestas, obtendrá una información importante con respecto al comportamiento y la fidelidad de sus clientes, opiniones y sugerencias que le ayudaran a mejorar los productos que ofrece y lo que debe hacer para garantizar siempre la satisfacción de los mismos, además medir el desempeño de sus colaboradores ayudan a crear un buen ambiente laboral en bienestar para los clientes.

4. Con la implementación del sistema de inventario permanente garantiza tener stock suficiente para mantener siempre abastecidos a sus clientes, aumentar los clientes recurrentes, realizar compras más eficientes y además ayudará a reducir costos por almacenamiento y gastos de fletes por el envío a domicilio de algunos pedidos.

5. Con la adquisición de este medio de transporte la empresa Motorepuestos Ever SAC, obtendrá múltiples beneficios tales como garantizar a sus clientes la entrega de los productos con mucha más precisión e exactitud. Como por ejemplo el monitoreo desde el punto de partida hasta el punto de llegada.

Además de disminuir sus gastos por el servicio de transporte los cuales originó una disminución del 2.67% para el año 2020, así como también aumentar sus activos para un mejor posicionamiento en el mercado.

6. Con la capitalización de las utilidades le permite a la empresa aumentar la rentabilidad financiera en un 9.36% para el año 2020, permitiendo a la empresa mantener en su poder unos recursos importantes y que generalmente son mucho más económicos que recurrir a distribuir sus utilidades.

7. En el análisis de la rentabilidad, permitirá conocer los niveles de rentabilidad de la empresa mediante la aplicación de ratios de rentabilidad, para el periodo 2020 se obtuvo una rentabilidad económica de 2.58% y una rentabilidad financiera de 22.09%, se obtuvo una rentabilidad más certera para la toma de decisiones.

Referencias Bibliográficas

- Andina. (21 de Junio de 2020). Pyme emplea al 75% de la Población Económicamente Activa del Perú. *ANDINA*.
- Arias, F. G. (2012). *EL PROYECTO DE INVESTIGACION (introducción a la metodología científica)*. 6ta Edición.
- Atoche, M. M. (2017). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de la Tesis :Caracterizacion del financiamiento y la rentabilidad de las mype dedicada a la comercialización de repuestos para vehículos automotores en la ciudad de Sullana, año 2016*. Uladech Catolica, Sullana.
- Bavaresco, D. P. (2013). *Proceso Metodologico de la Investigación*. Maracaibo-venezuela: 6ta edición.
- Brito, C. J. (2011). “Plan de negocios para una empresa comercializadora de repuestos automotrices en el departamento de Guatemala”. Guatemala.
- Cahuana, A. R. (2019). El rol del capital humano capacitado para lograr ventaja competitiva en la mype de Lima Metropolitana caso: Empresa de servicios de tecnología de la información. Lima.
- Carmen, V. D. (2016). Caracterización de la rentabilidad y competitividad de las MYPE del rubro moto repuestos de la urbanización san ramón, calle Salaverry - Piura: 2015. Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote, Piura-Peru.
- Castillo, L. E. (2018). “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del nuevo rus dedicadas a la compra - venta de repuestos para motos del Centro Poblado Andrés Araujo morán del distrito de Tumbes, 2018”. Universidad Cesar Vallejo, Tumbes, Andres Araujo Moran.
- Castro, F. C. (2017). “Propuesta de mejora para el proceso de ventas de la Empresa ANGULOS RED SRL”, . Lima.

- Crespo, R. M. (2007). Rentabilidad y crecimiento patrimonial en el mercado de fondos de inversión. *Revista de Economía Aplicada*, 15(44), 41-84.
- Galan, A. (2010). Metodología de la Investigación.
- García, J. R., & Maria del Rosario, R. O. (2004). Información de las fases para la planificación de la rentabilidad empresarial. *Revista general de información y documentación*.
- González, J. L. (2010). Las fuentes de rentabilidad de las empresas. *Revista Europea de Dirección y Economía de la empresa*, 6(1), 21-36.
- Hernandez, V. P. (2019). La rentabilidad bruta en los rubros de comercio y servicio en la empresa inversiones perla del Huallaga EIRL, Trujillo–2019. Trujillo.
- JAIME, L. G. (2017). Gestión de inventarios y control interno (Tesis de Pregrado Piura : Universidad de Piura).
- LASSO, I. R. (2013). Estudio De La Rentabilidad para la creación de una sucursal del comercial “Moto Repuestos Mary” y servicio técnico en el cantón. Universidad estatal de Milagro, Ecuador.
- Lastra, E. (18 de Diciembre de 2018). Para su funcionamiento óptimo, las mypes, al igual que cualquier empresa de mayor envergadura, requieren de mercados, financiamiento, tecnología productiva, organización eficiente y capital humano con mentalidad competitiva. *Micro y pequeña empresa, más allá de un ministerio*.
- Masgrau, E. G. (2005). El apalancamiento financiero: de cómo un aumento del endeudamiento puede mejorar la rentabilidad financiera de una empresa. *Revista de contabilidad y dirección*, , 2, 71-91.
- Morillo, M. (2001). Rentabilidad financiera y reducción de costos. *Actualidad contable FACES (Vols. 4(4), 35-48.)*.
- Noreña, D. (08 de enero de 2019). *Diario Gestión*. Obtenido de www.gestion.pe:

<https://gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2019/01/el-futuro-de-las-mypes.html/?ref=gesr>

Ochoa, Z., & Nuñez, C. (2014). Propuesta para mejorar la rentabilidad de la Empresa SATCOM S.A. ubicada en el sector la mariscal de la ciudad de Quito”. Quito.

Pérez, C. (2014). Análisis por ratios de la solvencia y rentabilidad empresarial. Universidad de Oviedo .

Raffino. (2020). concepto.de. Recuperado el 12 de 08 de 2020, de <https://concepto.de/investigar/>

Salluca, N. P. (2015). Estructura financiera y rentabilidad: origen, teorías y definiciones. Revista de Investigación Valor Contable. Revista de Investigación .

Torres, V. F. (2017). Propuesta de estrategias de ventas para incrementar la rentabilidad de la empresa Grupo Fernandez Perú S.A.C.” Chota – 2016. Universidad Cesar Vallejo, Chiclayo.

Vargas, D. L. (2015). caracterización dela rentabilidad y competitividad de las mype del rubro moto repuestos de la urbanización san Ramón, calle Salaverry-Piura:2015. Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote, Piura, Piura.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

ENCUESTA REALIZADA A “PERSONAL COLABORADOR DE LA EMPRESA MOTOREPUESTOS EVER SAC PERIODO - 2020”

INSTRUCCIONES:

“Las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo”

ITEM	MARCAR	OPORTUNIDAD
RESPECTO A LOS PRECIOS		
1. ¿Cree que los precios de los repuestos y accesorios son los adecuados?		
a) A veces		
b) Casi nunca		
c) Siempre		
2. ¿Conoce el margen de rentabilidad de los productos que ofrece la empresa?		
a) Si		
b) Algunas veces		
c) No		
3. ¿se maneja política de descuentos?		
a) A veces		
b) Casi nunca		
c) Siempre		
RESPECTO A LA ATENCION AL CLIENTE		
4. ¿El personal que labora se encuentra capacitado en el puesto que ocupan?		
a) Si		
b) No		
5. ¿La empresa realiza capacitación y/o inducción a los trabajadores para mejorar productividad?		
a) No		
b) Algunas veces		
c) Siempre		

6. ¿Considera que el nivel de atención al cliente es la adecuada?		
a) Siempre		
b) En algunas ocasiones		
c) No		
RESPECTO A LA COMPETENCIA		
7. ¿Cuáles son sus principales competidores?		
a) Motorepuestos & AB SAC		
b) Racing Motors SAC		
c) Merino Motors EIRL		
d) otros		
8. ¿En este momento, tu empresa es más fuerte o más débil que tus principales competidores?		
a) Mas fuerte		
b) Mas débil		
9. ¿Considera usted que los productos ofrecidos son mejores que los de tus principales competidores?		
a) No		
b) Si		
RESPECTO A LA DIVERSIFICACION DE LOS INGRESOS		
10. ¿Cuáles son sus fortalezas frente a sus principales competidores?		
a) Ubicación de la empresa		
b) Entregas a puestos de venta		
c) Infraestructura		
d) Otros		
11. ¿La empresa diversifica sus productos?		
a) No existen diversificaciones		
b) están en proceso		
c) si existen		
12. ¿Se conoce cuáles son los productos que generan mayores ingresos?		
a) A veces		
b) Nunca		
b) Siempre		
13. ¿Los ingresos obtenidos si cubren los costos y gastos operativos?		

a) Si		
b) Algunas Veces		
c) Siempre		
14. ¿Se tiene identificado los periodos con mayor demanda?		
a) Si		
b) No		
RESPECTO A LA GESTION DE INVENTARIOS, INVERSION, RETROALIMENTACION Y PROMOCION DE LOS PRODUCTOS.		
15. ¿Se cumplen con los procedimientos que permitan analizar la gestión de inventarios para incrementar la rentabilidad?		
a) Accesorios		
b) Repuestos		
16. ¿Se maneja stock de seguridad, con la finalidad atender la demanda?		
a) Algunas veces		
b) Nunca		
b) Siempre		
17. ¿Se conoce con exactitud la inversión de los productos y sus costos operativos?		
a) Algunas Veces		
b) Nunca		
c) Siempre		
18. ¿El personal de venta comunica constantemente las inquietudes o pedidos de productos con mayor demanda?		
a) Algunas veces		
b) Nunca		
b) Siempre		
19. ¿Existe coordinación de los pedidos que se realizan?		
a) Si existe		
b) En algunas ocasiones		
b) No existe		
20. ¿La empresa realiza de manera constante promoción de sus productos?		
a) Á veces		
b) Siempre		
c) No		

RESPECTO A LA PARTICIPACION EN EL MERCADO		
21. ¿Maneja productos sustitutos, con la finalidad de ofrecer una segunda opción a los clientes?		
a) Si		
b) No		
22. ¿La empresa para entregar los pedidos de sus principales competidores contrata los servicios de un tercero o tiene movilidad propia?		
a) Si, contrata servicios de un tercero		
b) No, tiene movilidad propia		
23. ¿Considera que se encuentra posicionado en el mercado?		
a) Si		
b) No		
24. ¿La empresa genera un valor diferencial en el mercado?		
a) A veces		
b) Nunca		
c) Siempre		
25. ¿Cuenta con técnicas o mecanismos que les permitan medir el grado de satisfacción de sus clientes?		
a) Si		
b) No		
26. ¿Se analizan los resultados económicos de la empresa con frecuencia?		
a) A veces		
b) Nunca		
c) Siempre		

"Año de la Universalización de la Salud"

Sullana, 15 de Agosto 2020

SEÑOR:

EVER MOLOCHO VASQUEZ
Gerente General
Motorepuestos Ever SAC

SOLICITO: Permiso para aplicar encuesta

Yo Edwin Isidro Vásquez Landacay, identificado con DNI N° 47117576, con domicilio en Urbanización Santa Margarita Mz MB lote 11, distrito, provincia y departamento de Piura.

Que por motivos de desarrollo de mi trabajo de investigación de tesis de la especialidad de contabilidad, en el cual debo de aplicar una encuesta, en su empresa cuyo tema de investigación es: **PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA RENTABILIDAD EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA MOTOREPUESTOS EVER SAC, SULLANA, 2020**; solicito se brinde la autorización para realizar la mencionada encuesta en lo que respecta a rentabilidad, la encuesta está dirigida al gerente.

La misma que es de utilidad para el proceso de trabajo de investigación que vengo desarrollando.

Por lo expuesto ruego a ustedes acceder a mi petición.

Atentamente,

MOTOREPUESTOS EVER S.A.C.
EVER MOLOCHO VASQUEZ
GERENTE
DNI 42607842

Recibido 15 de Agosto



EDWIN ISIDRO VASQUEZ LANDACAY
47117576



Sullana, 18 de agosto del 2020

ATENCIÓN: Edwin Isidro Vásquez Landacay
DNI 47117576

ASUNTO: aceptación de solicitud para trabajo de investigación de tesis.

Ever Molocho Vásquez, identificado con DNI N° 42607842, representante legal de la empresa MOTOREPUESTOS EVER SAC, con número de RUC: 20525784267 con dirección fiscal en av. Champagnat N° 1164, urbanización Santa Rosa departamento de Piura distrito y provincia de Sullana. En uso de mis facultades me presento y expongo.

Que en relación al documento recepcionado el 15 de agosto donde solicita autorización para realizar su trabajo de investigación titulada **"PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA RENTABILIDAD EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA MOTOREPUESTOS EVER SAC, SULLANA, 2020**, se le informa que su solicitud fue aceptada.

Sin otro particular,

Atentamente.

MOTOREPUESTOS EVER S.A.C.

EVER MOLOCHO VASQUEZ
GERENTE
DNI 42607842

V. Champagnat N° 614 (073) 505518

V. Buenos Aires N° 1102 941826945

TURNITIN INFORME FINAL EDWIN VASQUEZ

INFORME DE ORIGINALIDAD

5%	4%	0%	5%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote	3%
	Trabajo del estudiante	
2	repositorio.uladech.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
3	repositorio.uss.edu.pe	1%
	Fuente de Internet	
4	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola	1%
	Trabajo del estudiante	

Excluir citas Activar Excluir coincidencias + 1%

Excluir bibliografía Activar