



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTA DE CIENCIAS E INGENIERÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES  
DE LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AGRONEGOCIOS  
LA ARBOLEDA E.I.R.L – LA ARENA-PIURA, 2020**

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

**AUTOR**

**SILVA SOSA, JUAN CARLOS  
ORCID: 0000-0003-4775-6908**

**ASESOR**

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

**CHIMBOTE \_ PERU  
2022**



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTA DE CIENCIAS E INGENIERÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES  
DE LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AGRONEGOCIOS  
LA ARBOLEDA E.I.R.L – LA ARENA-PIURA, 2020**

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

**AUTOR**

**SILVA SOSA, JUAN CARLOS  
ORCID: 0000-0003-4775-6908**

**ASESOR**

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

**CHIMBOTE \_ PERU  
2022**

**Título.**

PROPUESTAS DE MEJORA DE LOS FACTORES RELEVANTES DE LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – LA ARENA-PIURA, 2020.

**Equipo de Trabajo.**

**AUTOR**

Silva Sosa, Juan Carlos  
ORCID: 0000-0003-4775-6908  
Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Estudiante Pregrado

**ASESOR**

Manrique Placido, Juana Maribel  
ORCID: 0000-0002-6880-1141

Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería, Escuela  
Profesional de Contabilidad, Piura, Perú

**JURADO**

Dr. Espejo Chacón, Luis Fernando  
ORCID: 0000-0003-3776-2490

Mgtr. Baila Gemin, Juan Marco  
ORCID: 0000-0002-0762-4057

Mgtr. Yopez Pretel, Nidia Erlinda  
ORCID: 0000-0001- 6732- 7890

**Hoja y firma del jurado**

**Dr. Espejo Chacón, Luis Fernando**

**Presidente**

**Mgtr. Baila Gemin, Juan Marco**

**Miembro**

**Mgtr. Yopez Pretel, Nidia Erlinda**

**Miembro**

**Mgtr. Manrique Placido, Juana Maribel**

**Asesor**

## **Agradecimiento**

A Dios por haberme dado la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos y sobre todo por haberme dado la fuerza para luchar día a día por lograr este gran anhelo de llegar a ser un profesional.

Agradecer de una forma muy especial a mis padres, hermanas, esposa e hijas por su apoyo incondicional pero en especial quiero expresar mi agradecimiento profundo a uno de los más grandes recursos humanos que tiene la universidad la MGTR. MANRIQUE PLACIDO, JUANA MARIBEL Por facilitarme los conocimientos exactos para desarrollar un trabajo de investigación de calidad.

## **Dedicatoria**

Mi trabajo de investigación tiene varios motivos por ello se los dedico con todo mi amor y cariño a Dios por permitirme cumplir parte de mis sueños

A mis padres y hermanas que son mi motor y motivo de mi cada día para seguir luchando y avanzando, a. Mis hijas y a mi esposa por quienes me inspiro a ser mejor cada día como padre, esposo, hijo y hermano y por mejorar en el aspecto personal y profesional.

## **Resumen**

La presente investigación planteó como objetivo general identificar las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – la Arena-Piura, 2020; su metodología fue de tipo cualitativo, nivel descriptivo y su diseño no experimental; La técnica de estudio fue la encuesta, cuyo instrumento fue un cuestionario. Como resultado se obtuvo que las oportunidades que mejoran la rentabilidad de las empresas del sector comercio del Perú son: ubicación del ente económico, financiamiento, personal idóneo, control de mercaderías, control interno, capacitación y comercio electrónico; así mismo se obtuvo que las oportunidades que mejoran la rentabilidad del caso estudiado son precios bajos, valor agregado al producto, selección del personal, publicidad, control de mercaderías, proveedores, políticas de compra, análisis foda, ofrecer promociones y comparación de periodos. Todo los resultados obtenidos nos conllevaron a hacer las siguientes propuestas de mejora: Establecer precios más bajos que la competencia teniendo en cuenta los precios ofrecidos en el mercado y los costos y gastos generados; Mejorar y ser más eficiente con el valor agregado a los productos; Establecer criterios de evaluación para seleccionar un personal, realizar un plan de trabajo para realizar capacitaciones; Realizar supervisiones instantáneas o periódicas del almacén; Establecer un plan estratégico de promociones.

Palabras claves: Empresas comerciales, Propuestas de mejora y rentabilidad.

## **Abstract**

The present investigation raised as a general objective to Identify the Opportunities of Profitability that Improve the Possibilities of the Company AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L - la Arena-Piura, 2020; its methodology was qualitative, descriptive level and its design was non-experimental; The study technique was the survey, whose instrument was a questionnaire. As a result, it was obtained that the opportunities that improve the profitability of companies in the Peruvian trade sector are: location of the economic entity, financing, qualified personnel, merchandise control, internal control, training and electronic commerce; Likewise, it was obtained that the opportunities that improve the profitability of the case studied are low prices, added value to the product, personnel selection, advertising, merchandise control, suppliers, purchasing policies, SWOT analysis, offer promotions and comparison of periods. All the results obtained led us to make the following proposals for improvement: Establish lower prices than the competition, taking into account the prices offered in the market and the costs and expenses generated; Improve and be more efficient with the value added to the products; Establish evaluation criteria to select a staff, carry out a work plan to carry out training; Carry out instantaneous or periodic supervision of the warehouse; Establish a strategic plan for promotions.

**Keywords:** Commercial companies, Proposals for improvement and profitability.

## Contenido

Título.....	3
Equipo de Trabajo.....	4
Hoja y firma del jurado.....	5
Agradecimiento.....	6
.....	6
Dedicatoria.....	7
Resumen.....	8
Contenido.....	10
Índices de cuadros.....	12
I. Introducción.....	13
II. Revisión Literaria.....	17
2.1 Antecedentes.....	17
2.1.1 Antecedentes internacionales.....	17
2.1.2 Antecedentes nacionales.....	21
2.1.3 Antecedentes Regionales.....	28
2.2 Bases Teóricas de la Investigación.....	32
2.2.1 Marco Teórico.....	32
2.2.1.1 Rentabilidad.....	32
2.2.1.2 Tipos de rentabilidad.....	33
2.2.1.2.2 Rentabilidad financiera.....	34
2.2.1.3. Diferencias entre rentabilidad financiera y rentabilidad económica.....	34
2.2.1.4. Importancia de la rentabilidad.....	35
2.2.1.5. Ventajas y Desventajas.....	35
2.2.1.5.1 ventajas.....	35
2.2.1.5.2. Desventajas.....	36
2.2.1.6. Ratios de Rentabilidad.....	36
2.2.1.6.1. Rentabilidad de la Empresa e General.....	37
2.2.1.6.2 Rentabilidad del capital.....	37
2.2.1.6.3. Rentabilidad del capital Propio.....	37
2.2.1.6.4 Rentabilidad de las ventas.....	37
2.2.2. Marco Conceptual.....	38
2.2.2.1 Rentabilidad.....	38
2.3 Caso de estudio.....	40
IV. Metodología.....	42

<b>4.1Diseño de la investigación</b> .....	42
<b>4.1.1 El Tipo de investigación</b> .....	42
<b>4.1.2Nivel de investigación</b> .....	42
<b>4.1.3 Diseño de la investigación</b> .....	42
<b>4.2.2 Muestra</b> .....	43
<b>4.3 Definición y operacionalizacion de variables</b> .....	43
<b>4.3.1 Definición</b> .....	43
<b>4.3.2 Operacionalizacion de Variables.</b> .....	44
<b>4.4 Técnica e Instrumento de recolección de datos</b> .....	45
<b>4.4.1 Técnica</b> .....	45
<b>4.4.2 Instrumento</b> .....	45
<b>4.5 Plan de Análisis</b> .....	45
<b>4.6 Matriz de Consistencia</b> .....	47
<b>4.7 Principios Éticos.</b> .....	48
<b>V. Resultados</b> .....	51
<b>5.1 Resultados</b> .....	51
<b>5.1.4 Respecto al objetivo específico N° 4</b> .....	70
<b>5.2 Análisis de los resultados</b> .....	73
<b>VI. Conclusiones</b> .....	81
<b>Recomendaciones</b> .....	83
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	84
<b>Anexo</b> .....	89
<b>Cronograma de actividades</b> .....	89
<b>Presupuesto</b> .....	90
<b>Instrumento de recolección de datos</b> .....	91

## **Índices de cuadros**

Cuadro 1: Operacionalización de las variables.....	46
Cuadro 2: Matriz de consistencia.....	49
Cuadro 3: Oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de las empresas del sector comercio del Perú .....	53
Cuadro 4: Cuestionario.....	57
Cuadro 5: Oportunidades de la rentabilidad que mejoran las posibilidades de la Empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA EIRL.....	62
Cuadro 6: Análisis comparativo entre las empresas del Perú y el caso en estudio...	66
Cuadro 7: Cronograma de actividades.....	84
Cuadro 8: Presupuesto .....	85

## I. Introducción

Hoy en día y en estos últimos años más recientes de ciclo XXI, a nivel mundial existe una gran competencia entre las grandes, pequeñas y micro empresas, es por ello que se ha vuelto de gran interés evaluar las actividades que éstas realizan y cuáles es el sector que genera más rentabilidad, dado a que la gran empresa ha contribuido con la crisis ocupacional existente en todo el universo.

Por ende, realizar un análisis de rentabilidad que generan las medianas, pequeñas y grandes empresas se ha convertido en una línea de investigación en las últimas décadas, por su gran participación en el crecimiento económico, creando un mejor bienestar económico y social en la población y sobre todo cambia la forma de vida de las familias.

En el Perú las mypes, según la agencia peruana de noticias ANDINA en su publicación del 03-05-2012, HÉCTOR NALDA, Gerente de ventas direccionadas de las microempresas de crediscotia nos indica que las rentabilidades de las MYPES en nuestro País podrían lograr llegar a ubicarse entre 200% a 400 % anualmente en la actividad económica del sector comercio.

En nuestra Región Piura, según Brenda Silupu, directora del centro de asesoría micro empresarial de la universidad de Piura (2017) señala que las micros, pequeñas y mediana empresa representan un 84% del total de las empresas piuranas moviendo así la economía de nuestra región, a nivel de país proporcionan más del 40% del nivel de producción y producen el 70% de empleo por ser de gran rentabilidad.

La rentabilidad sin duda alguna es el objetivo de toda inversión, es el resultado de la eficiencia de la administración de quienes dirigen y administran una empresa, esta rentabilidad no solo va a depender del beneficio que logra obtener sino también de los recursos que fueron necesarios para la obtención de una buena rentabilidad; en el sector comercio la rentabilidad

es aquella que mide directamente la calidad comercial que posee una empresa como el caso estudiado.

Toda empresa nace con una idea de negocio producto de la poca oferta laboral existente y que en un acto de desesperación el emprendedor genera su propia fuente de trabajo naciendo así una micro empresa que con esfuerzo y dedicación y sobre todo con capacitación y asesoría profesional logran crecer y consolidarse como grandes empresas;

Pero que durante el desarrollo de sus actividades en su mayoría por falta de conocimiento cometen muchos errores que a la larga afectan directamente a la rentabilidad de la empresa ya que todas en sus distintos rubros son rentables, pero son las del sector comercio las que generan mayor rentabilidad, porque esta inversión tiene un rápido retorno más el beneficio o ganancia, son lucrativas de forma inmediata porque su actividad solo consiste en compra y venta de productos.

Todo lo mencionado indica por qué surgió nuestro interés de identificar las oportunidades de la rentabilidad de la empresa investigada y darle respuesta al enunciado planteado como ¿Las oportunidades de la rentabilidad mejoran las posibilidades de la empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA EIRL, la Arena-Piura, 2020? Indicando así las propuestas de mejora.

Este proyecto de investigación tiene como objetivo general identificar las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa comercial AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – DEL C.P Villa Vichayal Distrito de la Arena-Piura- Perú, 2020. Y como objetivos específicos los siguientes:

- Determinar y describir las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de las empresas del sector comercio del Perú.

- Determinar y describir las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – la Arena-Piura, 2020.
- Realizar un análisis comparativo entre las empresas del sector comercio del Perú y la empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – la Arena-Piura, 2020
- Realizar propuestas de mejora de los factores relevantes de la rentabilidad de la empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – LA ARENA-PIURA, 2020.

De aquí la importancia para realizar la investigación de las propuestas de mejora de los, factores relevantes de la rentabilidad de la empresa comercial AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L del C.P VILLA VICHAYAL DISTRITO DE LA ARENA-PIURA, con número de RUC 20529850728, cuyo propietario y representante es el señor ORLANDO CHIROQUE LLACSAHUANGA, por ser esta una empresa perteneciente al sector comercio de los cuales estamos seguros de que son estas las más rentables.

El desarrollo del Perú y su crecimiento económico en el futuro depende del surgimiento y crecimiento de las empresas porque impulsan la economía del país, por ello nuestro estudio de investigación se justifica porque estuvo enfocado en identificar las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa.

Esta investigación es de vital importancia porque creemos que con nuestro aporte hemos contribuido a disminuir el grado de mortalidad en las futuras empresas que surjan porque ya identificadas las oportunidades de rentabilidad y con nuestras conclusiones propuestas de mejora dadas los nuevos emprendedores tendrán una fuente de ayuda para lograr obtener mejores resultados en su inversión realizada y que las empresas que estas creen ya no estén tan propensos al fracaso

Este estudio también proporciona beneficios y/o aportaciones para los emprendedores, para el mismo estado peruano para las entidades financieras y para aquellos que más adelante realicen un estudio de investigación similar al nuestro (estudiantes).

- ✓ Para los emprendedores porque este estudio les permite conocer cuáles son oportunidades de la rentabilidad que mejoran las posibilidades de las empresas y en que se debe mejorar según nuestras propuestas de mejora.
- ✓ Para las entidades financieras porque mediante la información proporcionada conocerán que las empresas son la fuente impulsadora de la economía del país, por ende, otorgarles un financiamiento es de suma importancia.
- ✓ Para el mismo estado peruano porque cada vez que las empresas generen una mayor rentabilidad obtendrá un mayor ingreso de impuestos como IGV y I.R.
- ✓ Para los nuevos investigadores (estudiantes) porque este proyecto les servirá de base para nuevos estudios similares al nuestro en distintas actividades económicas.

La metodología de la investigación fue desde el punto de vista cualitativo porque partimos de una realidad, cuyo nivel fue descriptivo y un diseño no experimental, como técnica de estudio se utilizó la encuesta y como instrumento un cuestionario debidamente estructurado aplicado al gerente y personal administrativo de la empresa.

Después de haber realizado nuestro estudio de investigación obtuvimos como resultado que la empresa lleva un control de mercaderías mediante un sistema informático instalado desde el área de caja pero no cuenta con un personal responsable únicamente del área de almacén para evitar pérdidas y desmedros, además no realiza visitas instantáneas o periódicas del almacén para comparar con los saldos establecidos en el sistema, realiza la fijación de precios bajos en sus productos sin tener en cuenta el precio que ofrece la competencia y el precio en el mercado, el servicio de entrega a domicilio no se realiza de manera inmediata, así

mismo no todo el personal de la empresa se encuentra capacitado, realiza publicidad de forma anual mediante almanaques y calendarios, el cual no es un medio que este de acorde a la exigencias de la sociedad, no cuenta con un plan estratégico para realizar promociones de productos.

Finalmente se concluye que las oportunidades que mejoran la rentabilidad son: ofrecer precios bajos, además la estrategia que mayor resultado ha dado para mejorar es darle un valor agregado a los productos, así mismo otra oportunidad que ayudo a seguir incrementado fue la obtención de un financiamiento, la instalación de un sistema para el control de mercaderías, la publicidad de forma escrita, realización de promociones a corto plazo, capacitación al personal colaborador así como al propietario, evaluación a los proveedores y las políticas de compra establecidas.

## **II. Revisión Literaria**

### **2.1 Antecedentes**

Con el único propósito de establecer los antecedentes de nuestro estudio de investigación hemos consultado con artículos de revistas y diferentes estudios de los últimos años de distintos autores que realizaron un estudio de nuestra variable como es la rentabilidad, las cuales nos servirán como nuestro punto de partida para poder así lograr nuestro objetivo trazado en nuestra investigación, por ende, hemos seleccionado los siguientes:

#### **2.1.1 Antecedentes internacionales.**

(Gonzales & Mendez, 2017) Denominaron a su estudio determinantes de la rentabilidad financiera de las MIPYMES de los sectores prioritarios en el período 2012-2015, cuyo objetivo fue analizar la rentabilidad financiera de las MIPYMES pertenecientes a los sectores prioritarios que menos acceden al crédito, durante el período 2012-2015 donde después de sus estudios realizados llego los siguientes resultados o conclusiones que los

factores que explican de la mejor forma la rentabilidad financiera de las MIPYMES concuerda parcialmente con lo planteado por el ratio financiero DuPont. Las fuentes primordiales para conseguir los más altos niveles de beneficios son provenientes de la rentabilidad económica. Asimismo, las variables de endeudamiento y/o rotaciones ayudan a potenciar los resultados económicos. Un enfoque adicional en este estudio consistió en establecer intervalos que incrementan las oportunidades de los entes económicos de alcanzar ratios de rentabilidad, concluyendo que las de mayor tamaño, dependiendo del lugar donde se desempeñan, se muestran con mayor probabilidad de hasta un 100% de alcanzar mayores beneficios. Permitiéndoles así ser más atractivas para solicitar un financiamiento. En conclusión, las dificultades o limitaciones a obtener financiamiento llegan a afectar el desempeño económico de las mypes. Llegar a identificar los perfiles económicos y financieros planteados es de suma importancia ya que al efectuar estas estrategias empresariales significaría lograr una mejora de la situación económica de las microempresas. Partiendo de las aportaciones de esta investigación se otorgan las recomendaciones más primordiales en torno a los grados de rentabilidad financiera de las MIPYMES de Ecuador que nos conlleven a afrontar las limitaciones del rápido acceso a la obtención de crédito a través de idóneos ratios de beneficio que otorgan el aumento de fuentes de financiamiento interno y externo. El bajo desempeño presentado por las mypes en Ecuador hace que sea necesario que, este sector empresarial adopte por tomar como principales estrategias los perfiles económicos y financieros obtenidos en esta investigación. Otra solución más adecuada es promover la capacitación dirigida a este sector para lograr así ampliar el conocimiento obtenido sobre estrategias de planeación financiera. Con el único objetivo de atender los problemas de financiación de las MIPYMES se sugiere que se efectúen estudios por separado de los factores que determinan la estructura financiera, ya que para el caso de las microempresas sería posible esperar un cumplimiento de la teoría de

la jerarquía para la rentabilidad, haciendo las futuras políticas públicas direccionadas a este conjunto de entes impulsen el financiamiento interno de ser el caso.

(Sanchez & Lazo, 2018) Titularon a su investigación determinantes de la rentabilidad empresarial en Ecuador: Un análisis de corte transversal el cual tuvo como principal objetivo identificar las variables posibles responsables de generar rentabilidad en las empresas ecuatorianas; es de peculiar interés el efecto que llegue a tener la investigación científica y el desarrollo tecnológico en el desarrollo financiero. La muestra fue seleccionada y obtenida del censo nacional económico 2010; la muestra fue de 2.472 empresas que se seleccionaron por estratos, de acuerdo a su dimensión o tamaño, así mismo se emplearon las herramientas estadísticas de los componentes primordiales y regresión lineal para lograr conseguir apreciaciones econométricas. Los resultados obtenidos en esta investigación reflejan que las micros empresas tienen mayores oportunidades de lograr un mejor rendimiento financiero. Cuando estas llegan a tener disposición de recursos como un personal idóneo y calificado, así como activos fijos, que generen mayores ingresos logrando así obtener acceso a financiamiento por parte de las entidades financieras. Para mejorar el desarrollo económico de las medianas o grandes empresas deben contar, adicionalmente, con inventarios de materias primas y productos terminados. La variable que representa la tecnología no contribuye a incrementar la probabilidad de que un ente económico sea rentable producto de la poca inversión que las empresas realizan en estas actividades.

(Mamani, 2019) Denomino a su investigación caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercial - Rubro abarrotes del Distrito de Huancané – 2018; cuyo objetivo primordial fue describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del Distrito de Huancané 2018. El tipo de investigación fue descriptivo, y la muestra utilizada fueron 12 tiendas comerciales del rubro abarrotes, la técnica de estudio fue una

encuesta, y el instrumento a utilizar fue un cuestionario debidamente estructurado. De donde se obtuvieron los siguientes resultados: con lo concerniente a los empresarios, un 92% de quienes representan legalmente las mypes son adulto, un 100% son femeninas, un 75% posee secundaria completa, un 17% posee superior no universitaria y el 8% restante no poseen grado de instrucción, un 50% de los encuestados son convivientes, un 17% de los encuestados son soltero y casados, un 8% de los encuestados son divorciados y viudos. Dentro de las primordiales características de las Mypes estudiadas se obtiene que: un 33% indican tener 4 años a más en el mundo empresarial, un 58% señalaron que son informales y el 42% afirmaron que son formales en su actividad, un 100% fueron creadas con el único fin de obtener ganancias, un 100% indica que tiene un solo trabajador. Con lo concerniente al financiamiento: un 58% señalo poseer financiamiento propio y un 42% reciben financiamiento por parte de terceros , un 25% de los encuestados solicitaron crédito en entidades no bancarias y un 17% solicitaron créditos en entidades bancarias y un 58% no necesitaron financiamiento, un 100% señala que no recuerda la tasa de interés pagada, en el 2017 solicitaron crédito entre una y dos veces, un 42% recibió la cantidad solicitado, un 42%indico solicitar préstamo en un corto plazo, un 42% señalo que lo empleo en capital de trabajo y un 8% indico que lo utilizo en otros rubros. Con lo concerniente a la capacitación: un 50% si se están capacitando y el otro 50% señalaron que no se capacitan, un 50% lograron capacitarse una sola vez, un 33% se capacitaron en marketing empresarial y un 17% se capacito en manejo empresarial, un 100% señala que la capacitación mejoraría el rendimiento y competencia para su empresa. Con respecto a la rentabilidad: un 58% logro mejorar su rentabilidad en los últimos 2 años, y un 42% no logro mejorar su rentabilidad, un 42% obtuvo mejoras en su rentabilidad obteniendo un crédito financiero y un 58% indico que no logro mejorar su rentabilidad, un 67% asegura que una capacitación si incrementaría su rentabilidad, un 33% indico que no mejoraría, un 100% de

los encuestados hace mención que si se hicieran mejoras en su infraestructura y ofrecer un buen trato a los clientes si mejoraría y aumentaría su rentabilidad.

(Figuroa E. , 2015) Denomino a su revista rentabilidad y uso de comercio electrónico en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector comercial señala que dado al entorno competitivo enmarcado en el mundo empresarial, las pymes se han convertido en un objeto al que se le ha realizado un sin número de estudios, donde se le ha evaluado y observado su desempeño con el único objetivo de poder otorgar información detallada a los empresarios referente a las distintas herramientas que pueden emplear para mejorar su posicionamiento, este presente estudio tuvo como objetivo principal analizar y determinar la relación del uso de comercio electrónico en la rentabilidad de las Pymes del sector comercial de Durango capital. Después de haber analizado la información otorgada por parte de los gerentes se determina que sí existe una relación estrecha entre el uso del comercio electrónico y la rentabilidad de las Pymes del sector comercial de Durango capital. Cabe resaltar que también se observó que no son mucho los gerentes que llegan a emplear esta herramienta. Se ha llegado a considerar que es de suma importancia que los, empresarios tengan conocimiento de los beneficios que se pueden obtener al hacer uso del comercio electrónico, del panorama de los entes económicos que si lo utilizan el comercio electrónico y de cuan importe es su estudio.

### **2.1.2 Antecedentes nacionales**

(Figuroa E. , 2015) Denomino a su estudio caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro abarrotes del Distrito de Juanjui, Provincia de Mariscal Cáceres, Periodo 2015 – 2016 el cual tuvo por objetivo general de estudio describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES del sector comercio, rubro abarrotes del Distrito de Juanjui, periodo 2015 - 2016, ubicado en la Provincia de Mariscal Cáceres, de la Región de San Martín, su estudio realizado

fue del tipo cuantitativa y nivel descriptiva, cuya muestra fue de 12 tiendas del rubro abarrotes de una población de 20, a las cuales se les aplico como instrumento de estudio un cuestionario debidamente estructurado a través de la técnica de la encuesta. Siendo estos los resultados obtenidos: todas las MYPES, el 67% dijeron que cuentan con más de tres años de antigüedad. En relación al financiamiento, un 67% de las encuestadas aseguraron que recibieron créditos, y el 58% de las mismas que obtuvieron crédito lo invirtieron en capital de trabajo mientras que el 25% restante invirtió en realizar mejoras en su local. Con respecto a la rentabilidad, un 58% de los microempresarios que le efectuó la encuestados manifestaron que su rentabilidad logro mejorar por el financiamiento obtenido y un 75% mejoro por la capacitación recibida tanto para el como propietario como para su personal. Del estudio se concluye que en su mayoría los representantes de las MYPES encuestados señalaron que su rentabilidad mejoró por el financiamiento, ya que son factores esenciales para lograr un mejor desarrollo económico y gestión empresarial del sector comercio, rubro de abarrotes.

(Celmi, 2017) Denomino a su investigación caracterización del financiamiento y rentabilidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro abarrotes en el mercado de Pedregal - Provincia de Huaraz, El trabajo de estudio planteo como enunciado del problema a estudiar ¿cuáles son las principales características del financiamiento y rentabilidad de las MYPE del sector comercio – rubro abarrotes del mercado de la localidad de Pedregal – Provincia de Huaraz, 2015?, y para poder dar respuesta a la problemática ya planteada se propuso como objetivo general determinar cuáles son las principales características del financiamiento y rentabilidad de las MYPE evaluada. El presente estudio de investigación fue de tipo cuantitativo y cuyo nivel fue descriptivo, para poder realizar el estudio escogió una muestra de 19 MYPE, a las cuales se les aplico una encuesta, cuyo instrumento fue el cuestionario, de donde se obtuvo como resultado que: el 68% de los representantes legales de las mypes evaluadas son adultos, un 58% de ellos son femeninas, un 74% están casados y un

42% tienen como grado de instrucción secundaria incompleta. Con lo concerniente al perfil de las muestras (MYPE), el 100% cuentan con 1 a 5 empleados, un 68% de las mypes son formales y finalmente el 100% nacieron o fueron creadas con el único propósito objetivo de generar mayores ganancias. Con lo concerniente al financiamiento, un 58% indicaron que, si es de suma importancia el financiamiento, y un 53% de los evaluados obtuvieron créditos de terceros para uso del negocio. Con lo concerniente a la rentabilidad, un 68% llegó a considerar que el financiamiento obtenido sí mejoro su rentabilidad, y un 84% señalaron que la rentabilidad de su empresa si logro mejorar en los años más recientes. De donde se llegó a las siguientes conclusiones; que la mayoría de las empresas evaluadas financian su actividad económica con fondos de terceros, asimismo señalaron que en los últimos años si llego a mejorar su rentabilidad.

(Figuroa & Roosevelt, 2020) Denominaron a su investigación financiamiento y la rentabilidad en las mypes del sector comercio \_ Rubro compra / venta de abarrotes del distrito de Rupa Rupa 2018. La investigación tuvo como objetivo principal. Determinar la relación del financiamiento y la rentabilidad de las mype de la actividad comercio especialmente del rubro abarrotes de la ciudad de tingo maría en el año 2018, la investigación tuvo como diseño de estudio el de descriptivo correlacional, para esta investigación se utilizó una población y muestra de 20 negocios y los estudiados fueron sus propietarios y quienes administran las mypes del comercio dedicadas a la compra y venta de productos de primera necesidad como abarrotes la técnica de estudio a utilizar fue la encuesta y como instrumento se empleó un cuestionario muy bien estructurado. De donde se lograron obtener los siguientes resultados: En lo concerniente a financiamiento de todo el 100% un 80% indicaron que si obtuvieron créditos en entidades del sistema financiero con el único objetivo de financiar las respectivas actividades económicas de sus negocios. Por otro lado, los resultados llegaron a demostrar que entre las variables estudiadas como es financiamiento y rentabilidad si existe una relación

positiva. Finalmente se llegó a la conclusión que según lo estudiado y la revisión de estudios anteriores de marco teórico si existe una relación entre financiamiento y rentabilidad ya que está demostrado que el financiamiento si mejora la rentabilidad.

(Fatama, 2017) en su investigación denominado caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de abarrotes del Distrito de Punchana, 2016, el cual tuvo como objetivo general: Determinar y describir esas principales características del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas de la actividad del comercio cuyo rubro es compra y/o venta de abarrotes de la localidad Punchana, el tipo de estudio fue descriptivo y la muestra utilizada fue 17 entidades a quienes se les aplicó la técnica de estudio de la encuesta cuya herramienta fue la de un cuestionario que constó de 22 preguntas, de donde se obtuvo los siguientes resultados: con respecto a los empresarios todo un 100% de los representantes legales son adultos, un 58.82% son masculinos y un 35.29% cuenta con secundaria completa, respecto a las características de mypes evaluadas un 29.41% de quienes representan legalmente a las mypes tienen 2 años, un 46.06% cuentan con un solo trabajador estable. Mientras un 5.88% no cuenta con ningún empleado. Con lo concerniente al financiamiento un 76.47% de los estudiados obtuvieron financiamiento de terceros un 47% recibió apoyo de entidades bancarias y entidades no bancarias, un 58.82% fue en un periodo de largo plazo, un 70.59% lo utilizó como capital para trabajo y con respecto a la rentabilidad: un 100% considera que al recibir un financiamiento si logró mejorar su rentabilidad de sus empresas, asimismo todo el 100% manifestó que la rentabilidad de su negocio si logró mejorar en los últimos dos años.

(Fatama A. , 2019) Denomino a su investigación. propuestas de mejora del financiamiento, rentabilidad, control interno y tributos de las micro y pequeñas empresas nacionales del sector comercio, Rubro compra y venta de abarrotes del Distrito de Belén 2019, cuyo estudio de investigación tuvo como objetivo principal o general: Describir las

“propuestas de mejora del financiamiento, rentabilidad, control interno y tributos de las micro y pequeñas empresas nacionales sector comercio, rubro compra y venta de abarrotes del distrito de Belén, 2019” el tipo de estudio fue cuantitativo-descriptivo, no experimental-transversal-retrospectiva, para la obtención de la información se eligió a 30 microempresarios, donde se obtuvieron los siguientes resultados: Respecto a los microempresarios, se tiene que: El 33,3% están entre los 30 a 40 años; el 50,0% tienen de 41 a 55 años; un 16,7% cuentan con 56 años hacia adelante. Con respecto al sexo un 83,3% son de sexo masculino mientras que 16,67% son de sexo femenino. Un 56,7% (17) tiene secundaria completa; un 16,67% tiene educación superior universitaria completa; un 20,0% cuenta con superior universitaria incompleta; así mismo el 6,67% tienen superior no universitario completa. Con lo concerniente a las características de la empresa se puede observar que: un 80,0% se encuentran en el rubro abarrotes; un 6,67% (2) están en rubro joyería; el 10% (3) están en rubro lencería; un 3,33% están en el rubro transporte vía terrestre. Según la antigüedad de las empresas tenemos que: un 16,67% poseen una antigüedad entre 1 a 3 años; un 6,67% posee una antigüedad entre 4 a 5 años; un 10,0% poseen 6 a más años. Respecto a los objetivos se tiene que: un 43,33% (13) tienen como objetivo el de generar empleo a la familia; un 56,67% tienen como objetivo generar ingreso para la familia. Con lo concerniente al financiamiento tenemos: un 80. % recurrieron a entidades bancarias; un 13,33% recurrieron a prestamistas; y un 6,67% (2) no efectuó ningún préstamo. Con respecto a la tasa de interés pagada por el financiamiento tenemos que: un 26,67% pagaron una tasa de 9% mensuales; un 30. % pagaron una tasa de 12% mensuales; un 36,67% pagaron una tasa de 14,5% mensual; y un 6,67%. Con lo concerniente al monto solicitado se tuvo que: un 26,67% solicitaron 5 000 soles; un 40. % solicitaron un promedio 10 000 soles; un 40. % solicitaron un promedio 15 000 soles; y un 6,67% no realizaron ningún préstamo. Con respecto al periodo en que se solicitaron los prestamos tenemos: un 43,33% pagaron su crédito en un corto plazo; un 50,00% pagaron su

crédito en un largo plazo y un 6,67% no obtuvieron ningún préstamo. Con respecto al destino que se le dio al préstamo obtenido tenemos que: un 43,33% invirtieron lo solicitado en capital de trabajo; un 26.67% invirtieron el dinero en mejoramiento y ampliación del local donde se desarrolla la actividad; un 23.33% invirtieron lo solicitado en activos fijos; y un 6,67% no obtuvieron ningún préstamo. Con lo concerniente a la rentabilidad tenemos que: un 76,67% mejoraron su rentabilidad con el financiamiento obtenido; un 26.67% no lograron mejorar la rentabilidad con el financiamiento que obtuvieron; un 6,67% no requirieron de préstamo. Con respecto al mejoramiento de la rentabilidad a través del control interno tenemos que: un 70,00% han logrado mejorar su rentabilidad con la aplicación de control interno; un 30. % no lograron mejorar la rentabilidad con la aplicación del control interno. Con respecto a tributos pagados tenemos que: un 80. % lograron mejorar la rentabilidad con los tributos que cancelaron; un 20.00% lo lograron mejorar la rentabilidad con los tributos que pagó. Con respecto a que si mejoro la rentabilidad en los últimos años se obtuvo que: un 76,67% mejoro su rentabilidad con los tributos que cancelo; un 23.33% no logro mejorar la rentabilidad con los tributos que cancelo. Con lo concerniente a control interno tenemos que: un 80,00% cuentan con control interno; un 20.00% no cuentan con control interno. Con respecto a que si poseen conocimiento sobre control interno tenemos que: un 86,67% conocen algo con respecto al control interno; un 20. % no tienen conocimiento sobre control interno. Con respecto a que el control interno si mejora la empresa tenemos que: un 86,67% si mejorarían su control interno; un 13.33% no mejorarían su control interno. Con respecto a que si las empresas desearían efectuar control interno tenemos que: un 90, % si desearían contar con control interno; mientras que un 10. % no desearían contar con control interno. Con lo concerniente a que si desearían recibir capacitación sobre control interno se obtuvo que: un 90, % es consiente y manifestaron que si están dispuestos a recibir capacitación; mientras que el 10. % restante señalo que no estarían dispuestos a recibir capacitación. Con lo concerniente a tributos según la interrogante sobre a

satisfacción que tienen los investigados con respecto a la información brindada por los funcionarios de la superintendencia nacional de administración tributaria tenemos que: 36,67% si están satisfechos con la asesoría brindada por los funcionarios de la administración tributaria; 63,33% no están satisfechos con la orientación recibida por parte de los asesores de la administración tributaria; con respecto a que si se realiza la revisión y control de los libros y/o documentos que intervienen en la contabilidad previo a una fiscalización, tenemos que: un 63,33% indicaron que si realizan una revisión previa de todo los documentos necesarios en una fiscalización; por otro lado un 36,67% manifestaron que no realizan una revisión antes de una fiscalización; con respecto a que si la empresa cuenta con un personal idóneo para el registro de ingresos, gastos y costos se tiene que: un 86,67% si cuentan con un personal idóneo y el 13,33% restante no cuenta con el personal idóneo asignado; con respecto a que si los libros de contabilidad están al día se tiene que: un 76,67% tiene sus libros de contabilidad al día, mientras que un 23,33% no tiene al día sus libros de contabilidad; con respecto a que si las micro y pequeñas empresas llegaron a tener inconvenientes para realizar la presentación de las declaraciones mensuales a tiempo tenemos que: un 76,67% indicaron que sí tuvieron inconvenientes para realizar la presentación a tiempo, y un 23,33% no presentaron inconvenientes para realizar su declaración dentro de los plazos establecidos; con respecto a que si se efectuó el pago de los tributos oportunamente se tiene que: un 76,67% si realizaron el pago de forma oportuna; un 23,33% no realizaron el pago de forma oportuna; con respecto a que si existen formatos ya establecidos para el control de limite tributario aceptado por la administración tributaria sobre los gastos de representación y recreativos, se tiene que: un 76,67% aceptan que si existen formatos establecidos; un 23,33% no aceptaron que existen formatos ya establecidos; con respecto a que si conocen las sanciones e infracciones que existen tenemos que un 76,67% si conocen de las infracciones y sanciones que pueden afectar a su empresa, mientras que un 23,33% no conocen de sanciones e infracciones que puedan

afectar a su empresa. Con respecto a que si los microempresarios se sienten motivados para efectuar sus respectivos pagos de tributos se obtiene que: un 46,67% si se sienten motivados para cumplir con el pago de sus tributos; un 53.33% de los microempresarios no se sienten motivados al momento de efectuar el pago de sus tributos. Con respecto a que si las empresas puedan mejorar con un planeamiento tributario se obtuvo que: un 70 % considero que si lograrían mejorar si cuentan con un planeamiento tributario; un 30 % considero que no lograría mejorar con un planeamiento tributario.

### **2.1.3 Antecedentes Regionales**

(Timoteo, 2019) Denomino a su investigación “Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las Mype del sector comercio, Rubro tiendas de abarrotes en el Centro Poblado Pampa Grande – Tumbes, 2017” el cual planteo como problema general, Cuáles son esas principales características del financiamiento y rentabilidad de las Mypes a estudiar de la actividad comercio , cuyo Rubro fue tiendas de abarrotes de la localidad del centro poblado Pampa Grande – Tumbes, 2017” cuyo objetivo general fue de describir las principales características del financiamiento y rentabilidad de las Mypes De la actividad comercio, Rubro abarrotes en la localidad de Pampa Grande – Tumbes, 2017” la metodología de esta investigación fue cuantitativo descriptivo, cuyo diseño fue no experimental. La población y la muestra utilizada para poder llevar a cabo la investigación fue de 10 Mypes del rubro abarrotes en la localidad de pampa grande, la técnica a utilizar fue la encuesta, cuya herramienta fue un cuestionario. La mejor fuente de financiamiento que hace que se incremente la rentabilidad de las MYPES estudiadas, son los prestamos obtenidos por micros financieros. Permitiendo así que las mypes evaluadas tengan una mayor capacidad de desarrollo económico y un crecimiento empresarial. Asimismo llego a la conclusión que con el financiamiento recibido

por parte de las instituciones financieras, se logró mejorar la rentabilidad en las tiendas de abarrotes.

(Ruiz, 2017) Denomino a su estudio “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de la micro y pequeña empresa sector comercio rubro venta de abarrotes del mercado modelo de Sullana – Año 2015” en su investigación realizada planteo como objetivo principal o general, llegar a describir esas principales características del financiamiento y la rentabilidad de las MYPES evaluadas de la actividad comercio, cuyo rubro es ventas de abarrotes en el mercado modelo de la localidad de Sullana. El estudio fue de tipo descriptivo, donde se tomó como población 30 mypes, la encuesta a utilizar fue la de siempre una encuesta y como instrumento se aplicó un cuestionario que consto de 26 preguntas debidamente planificadas, de donde se logró obtener como resultado lo siguientes: del 100% un 65% son adultos, un 77% son masculinos, un 43% tienen primaria. Con respecto a las Mype un 63% manifestaron que tienen más de 03 años en el mercado, un 73% posee entre 1 a 5 empleados, un 63% no tiene ningún empleado a cargo, un 90% apertura con capital ajeno. Con lo concerniente al financiamiento: un 90% recibió crédito del sistema bancario, un 73% obtuvieron créditos superiores a 5000 soles y un 83% pagaron intereses entre un 16 a 20%. Respecto a la variable de la rentabilidad: un 97% indico que la rentabilidad de la MYPE si logro mejorar en los dos últimos años y un 100% están seguros que realmente un financiamiento si otorga mejores rentabilidades.

(Perez, 2019) Denomino a su investigación “Caracterización de financiamiento y rentabilidad, de las mypes sector comercio, Rubro tiendas de abarrotes en el Distrito de Tumbes 2017”. Su investigación fue de carácter cuantitativa, cuyo nivel fue descriptivo no experimental, el cual tuvo como objetivo principal determinar la caracterización del financiamiento y rentabilidad de las MyPes del sector comercio, especialmente del rubro abarrotes, en la ciudad de Tumbes, 2017..el estudio se efectuó considerando las diversas

tiendas dedicadas a la venta de abarrotes, cuya muestra fue de 10 tiendas en especial las más resaltantes de la zona, por su parte los dueños brindaron todas las facilidades y sobre todo parte de su tiempo para efectuar la aplicación de la técnica de estudio como fue la encuesta la cual estuvo debidamente estructurada, de donde se obtuvieron los siguientes resultados. Se llegó a confirmar que del 100% de todos los empleados con respecto a los propietarios de las MyPes, sus edades en un 90% oscilan entre los 40 a 55 años de edad, asimismo se demostró que no cuentan con más de tres trabajadores, y que en su mayoría trabajan con miembros de su familia, como es esposa, e hijos, con lo concerniente al financiamiento un 75% de dueños evaluados según encuestada manifestaron que realmente si obtuvieron un financiamiento por parte de las entidades bancarias, para invertir en mejoramiento de su ambiente o local y en la adquisición de más productos, para satisfacción de sus clientes, mientras tanto 15% indico que sus ventas diarias si son las adecuadas, por lo tanto si consideran que están obteniendo rentabilidad, y el 10% de las mype estudiadas no respondieron.

(Espinoza, 2018) Denomino a su estudio “Caracterización del financiamiento, la rentabilidad y la capacitación de las mype del sector comercial- rubro venta de textiles y calzado en la Provincia de Sullana, Región Piura, Año 2014” cuyo objetivo general planteado para este estudio fue determinar la caracterización del financiamiento en la rentabilidad y la capacitación de las mypes del sector comercial - rubro venta de textiles y calzado en la provincia de Sullana, región Piura, año 2014. En la cual se empleó un tipo de estudio básica, cuyo nivel fue descriptiva analítica. En esta investigación se tomó una población de 136 micros y pequeñas empresas. De donde se obtuvieron los siguientes resultados: un 91.67% recibieron créditos durante el año, un 91.67% recibieron crédito de instituciones bancarias, un 75% invirtieron el crédito en activos fijos y un 25% señalaron que invirtieron en mejoramiento y/o implementación de sus locales donde desarrollan sus actividades, un 91.67% si poseen una adecuada apreciación de las entidades financieras en lo concerniente a políticas de ayuda y

atención a los clientes, un 83.33% de quienes representan legalmente las mype señalaron que un microcrédito obtenido de las entidades financieras si ayudo a contribuir en el mejoramiento de la rentabilidad de sus mype.

## **2.2 Bases Teóricas de la Investigación**

Bavaresco, A. (2006) Señala que las bases teóricas deben estar relacionadas con el objeto de estudio, es decir que todo problema de investigación tiene un referente teórico.

Según Arias (2016) señalo que las bases teóricas significan un desarrollo extenso de definiciones y proposiciones que forman el enfoque de la investigación para poder sustentar el problema trazado. (p.107). por ende, las bases teóricas vienen hacer la base donde se asienta la investigación para luego mediante un análisis minucioso se logre los resultados; por ello vamos a nombrar las bases teóricas de nuestra investigación.

### **2.2.1 Marco Teórico**

#### **2.2.1.1 Rentabilidad**

La rentabilidad es lo más esencial e indispensable para toda empresa que se constituye con el único de obtener un lucro o ganancia favorable.

Según Moreno (2018) nos da una definición de forma sencilla indicando que la rentabilidad no es más que el resultado adquirido de la operación de dividir el beneficio obtenido entre el capital invertido.

Pérez y Gardey (2014) en el glosario de la (RAE) de la real academia Española determinan que la rentabilidad es la capacidad de generar una ganancia, utilidad o beneficio; es decir la rentabilidad es la ganancia obtenida mediante la utilización de recursos; también lo señalan como el rendimiento obtenido de una inversión realizada.

De acuerdo a Sevilla (2015) indica que la rentabilidad siempre va hacer referencia a esos beneficios obtenidos o generados que sean producto de una inversión, asimismo señala que la rentabilidad es el indicador del desenvolvimiento de toda inversión y la capacidad de la organización para renumerar esos recursos utilizados.

Para Maldonado (2015) en su revista de consultoría define a la rentabilidad como el índice de medida de la relación entre la utilidad y la inversión realizada; asimismo señala que también es utilizada para lograr determinar la relación existente entre la utilidad de organización y sus distintos aspectos como los activos, las ventas, número de acciones, patrimonio, etc.

### **2.2.1.2 Tipos de rentabilidad**

Encontramos distintos tipos, pero los más utilizados son rentabilidad económica y financiera

#### **2.2.1.2.1 Rentabilidad económica**

Moreno (2018) Nos dice que la rentabilidad económica es aquella que mide la capacidad que poseen los activos (bienes y derechos) para lograr generar un buen beneficio bruto (antes de impuestos e intereses)

$$\text{Rentabilidad Económica} = \frac{\text{Rentabilidad bruta}}{\text{Activo total}}$$

Sevilla (2015) nos dice que hablar de rentabilidad económica es hacer referencia a todo beneficio promedio de la organización por el total de todas las inversiones efectuadas, esta rentabilidad es representada mediante porcentajes.

Por otro lado, nos indica que esta rentabilidad hace una comparación del resultado que se obtiene con el crecimiento de la actividad de la organización con las inversiones efectuadas para generar el resultado, el cual nos da un resultado antes de impuestos e intereses.

Para realizar el cálculo de este tipo de rentabilidad se debe utilizar la ratio de rentabilidad de los activos. Que es el resultado obtenido de multiplicar el margen obtenido de la venta del producto o del servicio por las veces que se vendió o por las veces que fue requerido el servicio.

Para realizar un aumento de la rentabilidad económica toda empresa adoptara la mejor estrategia, pero una mejor manera de realizar este aumento es incrementando los precios de las ventas y disminuyendo los costos. Cabe resaltar que lo antes mencionado no se les puede aplicar a todos los distintos tipos de actividad económica. Es decir si no se puede subir el precio por el nivel de competencia que exista se debe buscar aumentar las ventas. (Sevilla, 2015)

Maldonado (2015) señala que la rentabilidad económica o también llamada rentabilidad de inversión es considerada como aquella que mide la capacidad que tienen los activos de toda organización o para generar un valor de forma independiente de acuerdo a como han sido financiados, permitiendo así una comparación entre empresas.

#### **2.2.1.2.2 Rentabilidad financiera**

Es la medida de un determinado periodo, del rendimiento generado por los capitales propios, esta rentabilidad puede ser considerada como la medida de la rentabilidad más a llegada a los accionistas y el indicador que los dirigentes de la empresa buscan maximizar para interés de los dueños o accionistas. (Maldonado, 2015)

Es aquella rentabilidad producto del rendimiento obtenido por las inversiones, cabe resaltar que esta no toma en cuenta la deuda que es utilizada para poder obtener un beneficio; este tipo de rentabilidad se obtiene calculando el beneficio neto entre los fondos propios (aportaciones de los socios). (Moreno, 2018)

$$\begin{array}{ccc} \text{Rentabilidad} & & \text{Beneficio neto} \\ \text{financiera} & \text{=} & \text{Beneficios propios} \end{array}$$

#### **2.2.1.3. Diferencias entre rentabilidad financiera y rentabilidad económica**

Para Sevilla (2015) lo que diferencia a la rentabilidad económica de la financiera es que la económica efectúa la utilización de todos los activos para poder generar la rentabilidad

mientras tanto la financiera solo emplea los recursos propios no teniendo en cuenta la deuda que se utiliza para poder obtener una agradable rentabilidad. Por lo que tendrá un efecto de apalancamiento financiero.

#### **2.2.1.4. Importancia de la rentabilidad**

Es primordial para el crecimiento porque nos otorga la medida de las necesidades de las cosas. Esta medida nos permite decidir entre varias opciones ante un mundo de escasos recursos, cabe resaltar que esta medida no es absoluta porque siempre camina de la mano con el riesgo, es decir a más riesgo más rentabilidad; por ello cuando nos llegamos a olvidar de esto y malgastamos nuestros recursos al final terminamos por perderlos sin tener un beneficio. (Gabernet, 2012)

La rentabilidad es importante porque nos sirve de medida para realizar el cálculo del retorno de todas aquellas inversiones no financieras en un mismo periodo de tiempo teniendo en cuenta el riesgo asumido al momento de realizar la inversión , asimismo su importancia radica en que nos permite comparar diferentes proyectos para la toma de decisiones. (De Gea, 2019)

#### **2.2.1.5. Ventajas y Desventajas**

Bruno (2018) en su estudio llamado “caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las mypes del sector comercio nos señala las siguientes ventajas y desventajas

##### **2.2.1.5.1 ventajas**

- ❖ La rentabilidad es fácil de llegar entender: se convierte en fácil de entender para aquellas personas que cuenten con conocimientos sumamente básicos de finanzas porque utiliza una formula sencilla de división.

- ❖ valor en el tiempo: hacer un cálculo del valor actual de los flujos de efectivo involucra el descuento respectivo de los costos de oportunidad de todo flujo de efectivo. Teniendo presente la importancia del valor del dinero en el tiempo

#### **2.2.1.5.2. Desventajas**

- ❖ Comparaciones incorrectas: se convierte en una desventaja importante del indicador de la rentabilidad porque hacer una comparación de rentabilidad de forma incorrecta, nos llevaría a tomar decisiones incorrectas al momento de realizar una inversión
- ❖ Cuando no se genera rentabilidad: cuando una organización o empresa no genera rentabilidad favorable, esta no puede solventar sus gastos respectivos tanto del personal, impuestos y contribuciones, gastos de servicios prestados por terceros, entre otros, lo que le genera que esta poco a poco vaya saliendo del mercado.

#### **2.2.1.6. Ratios de Rentabilidad**

Son aquellos que nos son de gran utilidad para lograr determinar si realmente la empresa genera los recursos que sean suficientes para poder pagar sus costos y poder renumerar a los dueños o propietarios; para realizar un cálculo debemos tener en cuenta los distintos factores que miden la capacidad que posee una empresa para obtener un lucro favorable. Cuyo resultado nos ayuda para realizar decisiones en cuanto a gastos, costos e inversiones. (negocio, 2015)

Los ratios de rentabilidad nos da una respuesta a la interrogante que todo inversionista se hace como ¿Cuánto gano o puedo ganar con este negocio?, reduciendo así la incertidumbre que se pueda tener al momento de realizar una inversión. (negocio, 2015)

Existen diversos tipos ratios, pero mencionaremos los más esenciales de acuerdo a nuestro estudio

### **2.2.1.6.1. Rentabilidad de la Empresa e General**

Mide la rentabilidad obtenida del negocio, a más alto sea el resultado más rentable es la organización o empresa. (negocio, 2015)

$$\text{Rentabilidad de la empresa} = \frac{\text{Beneficio bruto}}{\text{Activo neto}}$$

### **2.2.1.6.2 Rentabilidad del capital**

Esta importante ratio nos sirve para poder medir el grado de rentabilidad del capital aportado por los propietarios, así como el capital que ha ido incrementando la propia organización o empresa. (negocio, 2015)

$$\text{Rentabilidad del capital} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Fondos propios}}$$

### **2.2.1.6.3. Rentabilidad del capital Propio**

A través de este radio medimos la rentabilidad generado por los capitales propios invertidos, en función del beneficio neto obtenido. (negocio, 2015)

$$\text{Rentabilidad de capital propio} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Capital propio}}$$

### **2.2.1.6.4 Rentabilidad de las ventas**

Esta ratio mide la relación entre las cifras de ventas y el costo de fabricación del producto. (negocio, 2015)

$$\text{Rentabilidad de ventas} = \frac{\text{Beneficio bruto}}{\text{Ventas}}$$

## **2.2.2. Marco Conceptual**

### **2.2.2.1 Rentabilidad**

Según Díaz (2012) citado en farro (2018) indica que “La rentabilidad no es otra cosa que el lucro o beneficio que se obtiene en una empresa, en sus múltiples elementos en práctica de desarrollar su propio dinamismo económico y financiero. Implantando sus habilidades en el buen manejo de los recursos propios de la empresa de manera eficaz y eficiente, así como también en sus productos y servicios que brinda para satisfacer las necesidades de la población.

(Vives, 2019) en su publicación del 22 de setiembre señala que la rentabilidad está relacionada con la responsabilidad porque obtener una buena rentabilidad en un ente económico va a depender de que este cumpla con todas sus responsabilidades, asimismo indica que los entes responsables y más rentables tienen en común algo esencial que es la buena gestión, y es esta la que determina las características de ambos, ya que si un accionista, dueño o inversionista no conoce la verdadera responsabilidad de su ente económico o si aun teniendo de conocimiento no actúa obtendrá como consecuencia que la responsabilidad no se convertirá en mejor rendimiento financiero; por otro lado señala que las practicas responsables de una empresa, a nivel de gestión conlleva a mejores resultados.

De acuerdo a Tapia (2014) citado en farro (2018) señala que la rentabilidad es el rendimiento que se obtiene de un dinero invertido, demuestra la gestión que se le ha dado al capital, manifestando si la inversión realizada en un ente es rentable o no. Siendo así la rentabilidad es manifestada como la capacidad obtenida para darle una buena administración a los recursos financieros y económicos para generar una utilidad suficiente.

La rentabilidad viene hacer el índice de medida entre la utilidad obtenida y la inversión que se llegó a utilizar para poder obtener esa ganancia.

Podemos también definir a la rentabilidad como la capacidad que se tiene para producir una buena ganancia, es decir una inversión es rentable cuando los ingresos obtenidos son mucho más mayores a los egresos (Maldonado, 2015)

(Morillo, 2001) En su artículo denominado rentabilidad financiera y reducción de costos, indica que la rentabilidad sigue siendo la mayor motivación y la más importante para quienes deciden invertir su capital en una empresa; asimismo señala que la hacer una reducción de costos ayuda a incrementar la rentabilidad financiera de un ente mejorando así el margen de utilidad.

(Moreno, 2018) en su publicación del 14 de marzo del 2014 denominado ¿Que es la rentabilidad? señala que la definición más clara y sencilla para definir a la rentabilidad es que este no es otra cosa que el resultado de dividir operacionalmente el beneficio generado entre el capital que fue invertido, asimismo indica que si bien es cierto la definición de la rentabilidad es bien sencilla, pues al exprimirla aún más da surgimiento a la rentabilidad financiera y económica, de donde la rentabilidad financiera viene hacer ese rendimiento obtenido producto de una inversión sin tener en cuenta cual fue la deuda que se llegó a generar para poder obtener ese beneficio y la rentabilidad económica que es aquella que mide la capacidad que poseen los activos para poder generar un beneficio bruto ( beneficio en donde no se llega a descontar los impuestos e intereses que se tienen que pagar por el mismo beneficio.

La rentabilidad es lo más esencial e indispensable para toda empresa que se constituye con el único de obtener un lucro o ganancia favorable.

Según Moreno (2018) nos da una definición de forma sencilla indicando que la rentabilidad no es más que el resultado adquirido de la operación de dividir el beneficio obtenido entre el capital invertido.

Pérez y Gardey (2014) en el glosario de la (RAE) de la real academia Española determinan que la rentabilidad es la capacidad de generar una ganancia, utilidad o beneficio; es decir la rentabilidad es la ganancia obtenida mediante la utilización de recursos; también lo señalan como el rendimiento obtenido de una inversión realizada.

De acuerdo a Sevilla (2015) indica que la rentabilidad siempre va hacer referencia a esos beneficios obtenidos o generados que sean producto de una inversión, asimismo señala que la rentabilidad es el indicador del desenvolvimiento de toda inversión y la capacidad de la organización para renumerar esos recursos utilizados.

Para Maldonado (2015) en su revista de consultoría define a la rentabilidad como el índice de medida de la relación entre la utilidad y la inversión realizada; asimismo señala que también es utilizada para lograr determinar la relación existente entre la utilidad de organización y sus distintos aspectos como los activos, las ventas, número de acciones, patrimonio, etc.

## **2.3 Caso de estudio**

### **Agronegocios la Arboleda EIRL**

- **RUC:** 20529850728
- **Razón social:** AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L
- **Tipo de empresa:** Empresa individual de responsabilidad limitada
- **Fecha de inicio de actividad:** 01 de febrero 2013
- **Actividad comercial:**
  - Elaboración de productos de molinería
  - Servicios agrícolas, ganaderas
  - Venta al por mayor y menor de productos de primera necesidad
- **CIU:** 15361

- **Dirección legal:** calle principal s/n caserío vichayal (a la altura del puente mocho)
- **Distrito:** la Arena
- **Departamento:** Piura, Perú
- **Teléfonos:** 767483
- **Representante legal de Agronegocios la Arboleda:**
  - ✓ Chiroque Llacsahuanga Orlando

### **III Hipótesis**

El presente proyecto es de naturaleza descriptiva por lo tanto no lleva hipótesis según (Amador, 2014), quien indica que se formula la hipótesis cuando una investigación busca probar una suposición (no toda las suposiciones son hipótesis); por ende no todas las investigaciones llevan hipótesis según sea el caso de estudio como una investigación descriptiva (Amador, 2014)

## **IV. Metodología**

### **4.1 Diseño de la investigación**

#### **4.1.1 El Tipo de investigación**

Para este estudio el tipo de investigación fue cualitativo, porque se hizo una recopilación de información y datos para poder obtener los resultados de la muestra de toda nuestra población

#### **4.1.2 Nivel de investigación**

En este trabajo de investigación se hizo uso del nivel de investigación descriptivo ya que se dio a conocer la verdadera situación a través de la descripción exacta de las principales oportunidades de la variable en estudio.

El nivel de la investigación fue descriptivo porque solo estudiamos y describimos sobre lo social, no se fue al más allá

#### **4.1.3 Diseño de la investigación**

El diseño utilizado fue no experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente la variable, se observó el fenómeno tal como se mostró dentro de su contexto, es decir no se influyó de ninguna manera

M  $\longrightarrow$  O

Donde:

M = Muestra conformada por las empresas encuestadas.

O = Observación de la variable principal

## **4.2 Población y muestra**

### **4.2.1 Población.**

Para este estudio de investigación el universo tomado en cuenta estuvo constituido por la empresa comercial Agronegocios la Arboleda EIRL, ubicada en el Centro Poblado Villa Vichayal

### **4.2.2 Muestra**

La muestra específica para nuestro caso de estudio fue el propietario y gerente así como el personal administrativo de AGRONEGOCIOS LA ARBOEDA E.R.I.L CON RUC N° 20529850728; cuyo representante legal es el SR: ORLANDO CHIROQUE LLACSAHUANGA; Ubicada en el C.P Villa Vichayal distrito de la Arena\_ Piura

## **4.3 Definición y operacionalización de variables**

### **4.3.1 Definición**

Vives (2019) en su publicación del 22 de setiembre señala que la rentabilidad está relacionada con la responsabilidad porque obtener una buena rentabilidad en un ente económico va a depender de que este cumpla con todas sus responsabilidades, asimismo indica que los entes responsables y más rentables tienen en común algo esencial que es la buena gestión, y es esta la que determina las características de ambos, ya que si un accionista, dueño o inversionista no conoce la verdadera responsabilidad de su ente económico o si aun teniendo de conocimiento no actúa obtendrá como consecuencia que la responsabilidad no se convertirá en mejor rendimiento financiero; por otro lado señala que las prácticas responsables de una empresa, a nivel de gestión conlleva a mejores resultados.

### 4.3.2 Operacionalización de Variables.

variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Instrumento
RENTABILIDAD	De acuerdo a Tapia (2014) citado en farro (2018) señala que la rentabilidad es el rendimiento que se obtiene de un dinero invertido, demuestra la gestión que se le ha dado al capital, manifestando si la inversión realizada en un ente es rentable o no. (farro, 2018)	La rentabilidad refleja la capacidad que poseen quienes administran los recursos financieros y económicos del ente para generar una buena utilidad. Además depende del grado de responsabilidad de quienes administran el ente porque la obtención de grandes utilidades va a depender de una buena gestión	Capacitación	Cuestionario
			Obtención de financiamiento	
			Personal idóneo y calificado	
			Publicidad	
			Control de mercadería	
			Proveedores	
			Aplicar estrategias de ventas	
			Ofrecer Promociones	
			Comparación de periodos	

Fuente: elaboración propia

cuadro 1

#### **4.4 Técnica e Instrumento de recolección de datos**

##### **4.4.1 Técnica**

La Técnica a utilizada en este presente proyecto de investigación es la más tradicional por ser la técnica más utilizada en los últimos estudios como es la encuesta.

##### **4.4.2 Instrumento**

El instrumento y herramienta fundamental para la elaboración del presente estudio de evaluación fue un cuestionario estructurado que fue aplicado a los representantes legales de las mype a evaluar.

#### **4.5 Plan de Análisis**

Para realizar el análisis de los datos recolectados en la investigación y dar respuesta a las interrogantes de nuestro problema, se hizo uso de la estadística descriptiva e inferencial porque nos permitió resumir nuestra información extraída de nuestra técnica de estudio (encuesta). Así mismo, para la tabulación y obtención de los resultados, se hizo uso del programa Excel y Word.

Nuestro plan de análisis para para poder analizar nuestra información y lograr cumplir con nuestros objetivos planteados los detallamos de la siguiente manera.

- Para poder determinar las oportunidades que mejoran la rentabilidad de las empresas del sector comercio del Perú, recurrimos a trabajos de investigaciones anteriores y similares a la nuestra que compartieron nuestra inquietud las mismas que reflejamos en nuestros antecedentes.
- Para poder determinar y describir cuales son las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades del caso en estudio, se utilizó la información obtenida mediante la técnica de estudio el cual fue la encuesta cuyo instrumento fue un cuestionario debidamente estructurado.

- Para llegar a realizar un análisis comparativo entre las empresas del sector comercio y el caso en estudio se recurrió a utilizar la información obtenida en nuestro primer y segundo objetivo específico
- Para poder establecer las propuestas de mejora para el caso en estudio hicimos uso de los resultados obtenidos en nuestro segundo objetivo específico y complementamos con lo que percibimos en cada visita que se le realizó a la empresa en estudio

#### 4.6 Matriz de Consistencia

TITULO	ENUNCIADO	OBJETIVOS		VARIABLE EN ESTUDIO	METODOLIA
		GENERAL	ESPECÍFICOS		
Propuestas de mejora de los factores relevantes de la rentabilidad de la empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – la Arena-Piura, 2020.	¿Las oportunidades de la rentabilidad mejoran las posibilidades de la empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L, ¿la Arena-Piura, 2020?	Identificar las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa LA ARBOLEDA E.I.R.L – la Arena-Piura, 2020.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Determinar y describir las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de las empresas del sector comercio del Perú.</li> <li>▪ Determinar y describir las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la Empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – la Arena-Piura, 2020.</li> <li>▪ Realizar un análisis comparativo entre las empresas del sector comercio del Perú y la empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – la Arena-Piura, 2020</li> <li>▪ Realizar propuestas de mejora de los factores relevantes de la rentabilidad de la empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – LA ARENA-PIURA, 2020.</li> </ul>	Rentabilidad	El tipo de investigación es cualitativo; cuyo nivel es descriptivo y el diseño es no experimental

Fuente: elaboración propia

Cuadro 2

#### **4.7 Principios Éticos.**

Para lograr determinar los principios éticos tomados en cuenta en nuestra investigación, empecemos por conceptualizar de forma breve y concisa lo que es ética.

La ética viene hacer la filosofía que estudia y reflexiona sobre la moral y el comportamiento humano, es decir estudia la conducta la conducta de los seres humanos.

Los principios éticos son universales porque deben ser respetados y compartidos por cualquier individuo.

De acuerdo a (Agulló ,2009) estableció los siguientes principios éticos universales que se deben compartir y respetar y que fueron tomados muy en cuenta en nuestro estudio.

Asimismo, durante investigación tuvimos presentes otros principios propios, así como los inducidos por la universidad.

##### **a) Principio de protección a las personas**

La persona es el fin y no el medio por ello necesita cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que se incurran y la probabilidad que obtengan un beneficio.

En las investigaciones en las que se trabaja con personas se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solo implica que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente y dispongan de información adecuada, sino también involucra el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular, si se encuentran en situación de vulnerabilidad.

##### **b) Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad**

Esta investigación no involucra plantas ni animales pero si es tomado en cuenta porque involucra al medio ambiente como ámbito laboral del caso estudiado y porque también se respetó la dignidad del ser humano o del propietario ya que esta investigación evito en todo momento causarle daño al propietario del caso estudiado

**c) Principio de libre participación y derecho a estar informado**

Este principio se cumplió a través de la información que se dio a los funcionarios y trabajadores encuestados. Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella por voluntad propia.

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

**d) Beneficencia y no maleficencia**

De beneficencia porque el beneficio será mutuo tanto para nuestros fines como para los propietarios del caso en estudio, pero también para aquellos emprendedores

De no maleficencia porque este estudio estuvo enfocado en buscar el bien para el propietario de la empresa porque a través de las propuestas de mejora, conclusiones y recomendación le indicaremos el porqué de su rentabilidad y como logre incrementarlo, nuestro estudio también será un bien para aquellos emprendedores que decidan emprender su negocio en el sector comercio

**e) Principio de justicia**

Porque desde el primer instante se contó con el consentimiento de los afectados en nuestra población y muestra a estudiar, cuya decisión de cooperar con la investigación fue de forma libre y voluntaria, sin haber tenido ningún tipo de presión para obligarlos a apoyar; además hubo un trato justo antes, durante, y después de su participación.

**f) principio de integridad científica**

Hace referencia al correcto procedimiento de la práctica de la ciencia, y sugiere honestidad, justicia, transparencia y responsabilidad. Es el resultado de la aprobación a los valores y buenas prácticas para conducir y aplicar los resultados del quehacer científico. La integridad científica se efectúa en las fases de la investigación como formulación, proposición y realización de la investigación científica, la información de los resultados y las relaciones de cooperación del orientador.

## V. Resultados

### 5.1 Resultados

#### 5.1.1 Resultado respecto al objetivo específico N° 1

- Determinar y describir las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de las empresas del sector comercio del Perú.

AUTORES	RESULTADOS
GONZALES & MENDEZ (2017)	<p>Llegaron a las siguientes resultados que los factores que explican de la mejor forma la rentabilidad financiera de las MIPYMES concuerda parcialmente con lo planteado por lo ratio financiero DuPont. Las fuentes primordiales para conseguir los más altos niveles de beneficios son provenientes de la rentabilidad económica. Asimismo, las variables de endeudamiento y/o rotaciones ayudan potenciar los resultados económicos. Un enfoque adicional en este estudio consistió en establecer intervalos que incrementan las oportunidades de los entes económicos de alcanzar ratios de rentabilidad, concluyendo que las de mayor tamaño, dependiendo del lugar donde se desempeñan, se muestran con mayor probabilidad de hasta un 100% de alcanzar mayores beneficios. Permitiéndoles así ser más atractivas para solicitar un financiamiento. Finalmente, se indica que los resultados obtenidos demuestran que la complejidad de tener acceso al crédito en conjunto con el entorno de crisis, hacen que las microempresas que no conocen sus determinantes como el lugar donde se sitúan, no logren obtener niveles de rentabilidad aceptable. En conclusión, las dificultades o limitaciones a obtener financiamiento llegan a afectar el desempeño económico de las mype.</p>
SANCHEZ & LAZO (2018)	<p>En sus resultados obtenidos en su investigación reflejan que las micros empresas tienen mayores oportunidades de lograr un mejor rendimiento financiero. Cuando estas llegan a tener disposición de recursos como un personal idóneo y calificado, así como activos fijos, que generen mayores ingresos logrando así obtener acceso a financiamiento por parte de las entidades financieras. Para mejorar el desarrollo económico de las medianas o grandes empresas deben</p>

	<p>contar, adicionalmente, con inventarios de materias primas y productos terminados.</p>
MAMANI (2019)	<p>Obtuvo los siguientes resultados: con lo concerniente al financiamiento: un 58% señalo poseer financiamiento propio y un 42% reciben financiamiento por parte de terceros, un 58% no necesitaron financiamiento, un 42% indico solicitar préstamo en un corto plazo, un 42% señalo que lo empleo en capital de trabajo y un 8% indico que lo utilizo en otros rubros. Con lo concerniente a la capacitación: un 50% si se están capacitando y el otro 50% señalaron que no se capacitan. Con respecto a la rentabilidad: un 58% logro mejorar su rentabilidad en los últimos 2 años, y un 42% no logro mejorar su rentabilidad.</p>
FIGUEROA (2015)	<p>Determino que sí existe una relación estrecha entre el uso del comercio electrónico y la rentabilidad de las Pymes del sector comercial de Durango Capital. Cabe resaltar que también se observó que no son mucho los gerentes que llegan a emplear esta herramienta.</p>
PISCO (2017)	<p>Señala que en relación al financiamiento, un 67% de las encuestadas aseguraron que recibieron créditos e invirtieron en capital de trabajo mientras que un 25% restante invirtió en realizar mejoras en su local. Con respecto a la rentabilidad, un 58% de los microempresarios manifestaron que su rentabilidad logro mejorar por el financiamiento obtenido y un 75% mejoro por la capacitación recibida tanto para el como propietario como para su personal.</p> <p>Asimismo indico que el financiamiento y la capacitación son factores esenciales para lograr un mejor desarrollo económico y gestión empresarial del sector comercio, rubro de abarrotes.</p>
CELMÍ (2017)	<p>De donde se obtuvo como resultado que: Con lo concerniente al financiamiento, un 58% indicaron que, si es de suma importancia el financiamiento, y un 53% de los evaluados obtuvieron créditos de terceros para uso del negocio. Con lo concerniente a la rentabilidad, un 68% llego a considerar que el financiamiento obtenido sí mejoro su</p>

	rentabilidad, y un 84% señalaron que la rentabilidad de su empresa si logro mejorar en los años más recientes.
FIGUEROA & ROOSVELT (2020)	En su investigación obtuvo los siguientes resultados: En lo concerniente a financiamiento de todo el 100% un 80% indicaron que si obtuvieron créditos en entidades del sistema financiero con el único objetivo de financiar las respectivas actividades económicas de sus negocios. Por otro lado, los resultados llegaron a demostrar que entre las variables estudiadas como es financiamiento y rentabilidad si existe una relación positiva.
FATAMA (2017)	En su investigación denominado caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas Empresas del sector comercio, rubro compra y venta de abarrotes del Distrito de Punchana, 2016. Obtuvo como resultado lo siguiente: Con lo concerniente al financiamiento un 76.47% de los estudiados obtuvieron financiamiento de terceros un 47% recibió apoyo de entidades bancarias y entidades no bancarias, un 70.59% lo utilizo como capital para trabajo y con respecto a la rentabilidad: un 100% considera que al recibir un financiamiento si logro mejorar su rentabilidad de sus empresas.
FATAMA (2019)	En su investigación obtuvo lo siguiente: Con lo concerniente al financiamiento tenemos: un 80. % recurrieron a entidades bancarias; un 13.33% recurrieron a prestamistas. Con respecto al destino que se le dio al préstamo obtenido tenemos que: un 43,33% invirtieron lo solicitado en capital de trabajo; un 26.67% invirtieron el dinero en mejoramiento y ampliación del local donde se desarrolla la actividad; un 23.33% invirtieron lo solicitado en activos fijos. Con lo concerniente a la rentabilidad tenemos que: un 76,67% mejoraron su rentabilidad con el financiamiento obtenido. Con respecto al control interno tenemos que: un 70,00% han logrado mejorar su rentabilidad con la aplicación de control interno. Con lo concerniente a que si desearían recibir capacitación sobre control interno se obtuvo que: un 90, % es consiente y manifestaron que si están dispuestos a recibir capacitación. Con respecto a que si la empresa cuenta con un personal

	idóneo para el registro de ingresos, gastos y costos se tiene que: un 86,67% cuentan con un personal idóneo y el 13.33% restante no cuenta con el personal idóneo asignado.
TIMOTEO (2019)	Señalo en su estudio que la mejor fuente de financiamiento que hace que se incremente la rentabilidad de las MYPES estudiadas, son los préstamos obtenidos por micros financieros. Permitiendo así que las mype evaluadas tengan una mayor capacidad de desarrollo económico y un crecimiento empresarial. Asimismo llego a la conclusión que con el financiamiento recibido por parte de las instituciones financieras, se logró mejorar la rentabilidad en las tiendas de abarrotes. (Timoteo, 2019)
RUIZ (2017)	En su investigación obtuvo como resultado lo siguientes: un 90% apertura con capital ajeno. Con lo concerniente al financiamiento: un 90% recibió crédito del sistema bancario, un 73% obtuvieron créditos superiores a 5000 soles y un 83% pagaron intereses entre un 16 a 20%, Respecto a la variable de la rentabilidad: un 97% indico que la rentabilidad de la MYPE si logro mejorar en los dos últimos años y un 100% están seguros que realmente un financiamiento si otorga mejores rentabilidades. (Ruiz, 2017)
PEREZ (2019)	En su investigación obtuvo los siguientes resultados. con lo concerniente al financiamiento un 75% de dueños evaluados según encuestada manifestaron que realmente si obtuvieron un financiamiento por parte de las entidades bancarias, para invertir en mejoramiento de su ambiente o local y en la adquisición de más productos, para satisfacción de sus clientes, mientras tanto 15% indico que sus ventas diarias si son las adecuadas, por lo tanto si consideran que están obteniendo rentabilidad.
ESPINOZA (2018)	Después de su estudio obtuvo los siguientes resultados: un 91.67% recibieron créditos durante el año, un 91.67% recibieron crédito de instituciones bancarias, un 75% invirtieron el crédito en activos fijos y un 25% señalaron que invirtieron en mejoramiento y/o

	implementación de sus locales donde desarrollan sus actividades, un 83.33% de quienes representan legalmente las mype señalaron que un microcrédito obtenido de las entidades financieras si ayudo a contribuir en el mejoramiento de la rentabilidad de sus mype. (Espinoza, 2018)
--	---

FUENTE: Elaboración propia

cuadro 3

### **Oportunidades determinadas de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de las empresas del sector comercio del Perú.**

Con la información recopilada de nuestros antecedentes internacionales, nacionales, y locales, identificamos las siguientes oportunidades que conllevan a que la rentabilidad de los entes económicos del sector comercio sea favorable.

- ✓ Ubicación del ente económico.
- ✓ Financiamiento.
- ✓ Personal idóneo y calificado.
- ✓ Control de mercaderías
- ✓ Capacitación a los propietarios
- ✓ Capacitación al personal.
- ✓ Comercio electrónico
- ✓ Control interno

#### **5.1.2 Resultado respecto al objetivo específico N° 2**

Determinar y describir las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – la Arena- Piura, 2020.

## Cuestionario

N°	Interrogante	Alternativas	Resultado
1	¿Alguna vez usted ha aplicado algún tipo de estrategia que mejore la rentabilidad de su empresa?	a) Si b) No	Si
	1.1 ¿si su respuesta es positiva; mencione que tipo de estrategia usted aplico para mejorar la rentabilidad de su empresa?	a) Precios bajos b) Amable atención c) Ofrecer productos de calidad d) Comprar mercaderías al por mayor e) Valor agregado f) Otros	Precios bajos      Valor Agregado
2	¿A su consideración en los últimos años usted ha recibido algún tipo de capacitación sobre el buen manejo de la empresa que le ayude a mejorar la rentabilidad de su empresa?	a) Si b) No	Si  No
3	¿Alguna vez usted ha obtenido un financiamiento bancario que le ayudo a mejorar su rentabilidad?	a) Si b) No	Si
	3.1. Si su respuesta es positiva, de donde lo obtuvo	a) Bancos b) Cajas municipales y rurales c) Edpymes d) Cooperativas de ahorro y crédito	Bancos

4	¿A su consideración en los últimos años realizo capacitaciones a su personal para mejorar su rendimiento y obtener así mejor rentabilidad en su empresa?	a) Si b) No	Si No
5	¿Al momento de contratar un personal que es lo que evalúa en la persona?	a) Que sea amable ,respetuoso y responsable b) Que tenga buena presencia c) Que se dinámico y proactivo d) Que tenga cualidades y capacidad de trabajar en equipo.	Que se dinámico y proactivo Que tenga cualidades y capacidad de trabajar en equipo.
6	¿A su consideración en los últimos años, ha realizado algún tipo de publicidad que ayude a incrementar sus ventas y por lo tanto a mejorar su rentabilidad?	a) Si b) No	Si No
	6.1. Si su respuesta es SI ¿Qué medios utilizo?	a) Almanagues o calendarios b) SPOT publicitario en radio c) Pinturas en muros d) Publicaciones en internet	Almanagues o calendarios

		e) Perifoneo en altoparlantes	
	6.2. Si su respuesta es No ¿Por qué no realizo publicidad?	a) No lo necesita b) Ya es conocido c) Otros	Ya es conocido
7	A su consideración en los últimos años, lleva un control de sus mercaderías a través de un kardex para evitar pérdidas y desmedros que afectan su rentabilidad?	a) Si b) No	Si
8	¿A su consideración, la empresa evalúa a sus proveedores al momento de efectuar sus compras para ver quienes le ofrecen precios menores, sin afectar la calidad del producto?	a) Si b) No	Si
9	¿A su consideración la empresa tiene políticas de compras, donde obtenga bonificaciones por promociones que ayuden a mejorar su rentabilidad?	a) Si b) No	Si
10	¿A su consideración en los últimos años, realiza un análisis de la empresa para identificar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) que le ayuden a corregir errores y seguir mejorando?	a) Si b) No	Si

11	¿En los últimos años que estrategias se utiliza para mantener a los clientes y atraer a nuevos?	a) Precios bajos b) Amable atención c) Incentivos d) Promociones e) Otros	Promociones
12	¿En los últimos años su rentabilidad ha mejorado?	a) Si b) No	Si
13	¿En los últimos años, usted ha realizado una comparación de las utilidades obtenidas para tomar mejores decisiones?	a) Si b) No	Si

FUENTE: elaboración propia

cuadro 4

**Oportunidades determinadas de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa LA ARBOLEDA E.I.R.L**

Con la información recopilada, la tabulación de las mismas, y nuestra percepción obtenida en cada visita que se le realizo a la empresa identificamos las siguientes oportunidades que conllevan a que la rentabilidad de este ente económico sea favorable.

- ✓ Precios bajos.
- ✓ Valor agregado a los productos.
- ✓ Financiamiento.
- ✓ Capacitación al personal.
- ✓ Selección de personal.
- ✓ Publicidad.
- ✓ Control de mercaderías.

- ✓ Proveedores.
- ✓ Políticas de compra establecidas.
- ✓ Análisis FODA.
- ✓ Promociones ofrecidas.
- ✓ Comparación de periodos.

Asimismo cabe resaltar que de todas estas oportunidades mencionadas, se identificaron algunas que no se les dio la debida importancia y que a la larga afecto a la rentabilidad haciendo que esta no sea tan llamativa.

- ✓ Capacitación (propietario, gerente y personal administrativo).
- ✓ Publicidad.

Después de haber determinado las oportunidades de la rentabilidad describiremos cada uno de ellas

<b>OPORTUNIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
PRECIOS BAJOS	En nuestro caso precio bajo significa una determina cantidad asignada a un producto que se ofrece, teniendo muy en cuenta los diferentes costos generados en la actividad económica.  La empresa ofreció precios más bajos que la competencia y lograr así vender en grandes cantidades para mejorar el rendimiento económico.
VALOR AGREGADO A LOS PRODUCTOS	En términos comunes entendemos por valor agregado al conjunto de las distintas características adicionales de un producto, haciendo del mismo que sea más atractivo o más llamativo

	<p>La empresa utiliza como valor agregado la entrega de los productos a domicilio así como una atención de calidad con un personal adecuado para la venta y distribución</p>
FINANCIAMIENTO	<p>El financiamiento es una oportunidad de vital importancia para el desarrollo de una empresa, ya que este permite que un ente económico pueda ejecutar todos sus planes</p> <p>Agro negocios LA ARBOLEDA E.I.R.L. si se dota de recurso económico procedente de préstamos exteriores, para poder desarrollar con total normalidad su actividad económica</p>
CAPACITACIÓN AL PERSONAL QUE LABORA EN LA EMPRESA	<p>Realizar capacitación al personal colaborador de la empresa es una inversión que a la larga genera grandes rentabilidades ya que un personal capacitado adquiere nuevos conocimientos, mejora la capacidad de trabajar en equipo lo que conlleva a obtener mejores rendimientos.</p> <p>Una capacitación constante es de suma importancia ya que los colaboradores adquieren conocimientos, habilidades, actitudes y herramientas para mejorar su rendimiento en la empresa y sobre todo esto conlleva a obtener un ambiente laboral favorable.</p>
SELECCIÓN DEL PERSONAL	<p>La selección de personal es la acción más importante al momento de contratar un personal, por ello para seleccionar un talento se debe tomar en cuenta ciertas características y las respectivas condiciones que conlleven a obtener un puesto en la organización.</p> <p>Agronegocios la Arboleda al momento de contratar un personal toma muy en cuenta que el futuro colaborador sea proactivo y dinámico</p>
PUBLICIDAD	<p>La publicidad sin duda alguna es de vital importancia porque conlleva a que un negocio o producto sea conocido, además ayuda atraer clientes, además permite que un negocio o empresa se poseione en el mercado por ser muy conocida.</p> <p>Agronegocios la Arboleda, utiliza como medio de publicidad en pocas ocasiones a los almanaques y calendarios.</p>

CONTROL DE MERCADERÍAS	Llevar un adecuado control de mercadería nos permite evitar pérdidas de mercaderías, nos ayuda a tener en nuestro almacén la cantidad necesaria de un producto, evitando así que en algún instante falte algún producto ofrecido a la venta, además nos ayuda evitar que exista desmedros de algún producto,
PROVEEDORES	Un proveedor es una persona física o una persona jurídica (empresa) que concede un bien o un servicio a otra persona física o jurídica, es quien abastece de uno o varios productos. Agronegocios la Arboleda evalúa a sus distintos proveedores para poder realizar las adquisiciones de los distintos productos
POLÍTICAS DE COMPRA	Llamamos así a esos criterios establecidos y aplicados al momento de adquirir una mercadería, esos criterios deben contener pautas sobre requisitos de los proveedores, los plazos para realizar el pago, las condiciones de entrega, etc.
ANÁLISIS FODA	Es un instrumento de estudio que permite conocer las condiciones de las operaciones reales de una empresa, la misma que nos conlleva a tomar acciones y plantear estrategias para seguir mejorando y obtener mejores beneficios. El análisis foda permite hacer un análisis profundo sobre las respectivas características internas (fortalezas y debilidades) de la empresa así como su situación externa (oportunidades y amenazas)
PROMOCIONES OFRECIDAS.	Las promociones son aquellos incentivos que se utilizan como estrategia para estimular la adquisición más rápida de los productos y en grandes cantidades por los consumidores. El gran objetivo de realizar promociones radica en brindar al consumidor un incentivo a corto plazo, lo que conlleva a tener un incremento en las ventas
COMPARACIÓN DE PERIODOS	Es el examen que se le realiza a dos periodos económicos distintos, para evaluar si la empresa está obteniendo mejores resultados con relación a lo anterior. Se realiza la comparación para detectar errores y tomar decisiones asertivas.

	<p>Para realizar esta comparación se debe hacer uso de las distintas herramientas o instrumentos para analizar e interpretar los periodos económicos.</p>
<p>CAPACITACIÓN DE LOS PROPIETARIOS</p>	<p>Todo emprendedor o empresario como responsable de su empresa debe tener muy en claro cuán importante es su empresa y saber claramente el valor que tiene la misma, por ello es de suma importancia que se capaciten y entiendan de lo que significa estar sumergido en el mundo empresarial.</p> <p>Cabe resaltar que el emprendedor o empresario que no busque capacitarse pone una barrera a su crecimiento personal y porque no decirlo profesional, dado a que el emprendimiento se trata de estar en constante aprendizaje para seguir creciendo y superarse o uno mismo como persona.</p>

**FUENTE:** elaboración propia

**cuadro 5**

### 5.1.3 Respecto al objetivo específico N° 3

Realizar un análisis comparativo entre las empresas del sector comercio del Perú y la Empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L

– la Arena-Piura, 2020.

ELEMENTOS DE COMPARACION	RESULTADOS O.E.1	RESULTADOS O.E.2	RESULTADOS
<p><b>Financiamiento</b></p>	<p>Figueroa &amp; Roosevelt (2020); En su investigación obtuvo los siguientes resultados: En lo concerniente a financiamiento de todo el 100% un 80% indicaron que si obtuvieron créditos en entidades del sistema financiero con el único objetivo de financiar las respectivas actividades económicas de sus negocios.</p> <p>Mamani (2019); Pisco (2017); Celmi (2017); Fatama (2017); Timoteo (2019); Ruiz (2017); Perez (2017) y Espinoza (2018). Obtuvieron como resultado que los entes económicos de sus casos estudiados si necesitaron de financiamiento para seguir creciendo y mejorar su rentabilidad.</p>	<p>AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L; si obtuvo financiamiento para seguir creciendo en el mercado y lo obtuvo de instituciones del sistema financiero bancario (Bancos).</p>	<p>Coincide</p>

<p><b>Ubicación del ente económico</b></p>	<p>Gonzales &amp; Méndez (2017) Indicaron que sus resultados obtenidos demuestran que la complejidad de tener acceso al crédito en conjunto con el entorno de crisis, hacen que las microempresas que no conocen sus determinantes como el lugar donde se sitúan, no logren obtener niveles de rentabilidad aceptable.</p>	<p>AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L; se encuentra ubicada en un caserío de la margen derecha del distrito de la Arena y su ubicación no fue un determinante que limito el acceso al financiamiento</p>	<p>No Coincide</p>
<p><b>Personal idóneo y calificado</b></p>	<p>Sánchez &amp; Lazo (2018) En sus resultados obtenidos en su investigación reflejan que las micros empresas tienen mayores oportunidades de lograr un mejor rendimiento financiero. Cuando estas llegan a tener disposición de recursos como un personal idóneo y calificado, así como activos fijos</p> <p>Fatama (2019) concluyo en su caso estudiado que la empresa si contaba con un personal idóneo y calificado para realizar las distintas actividades</p>	<p>AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L; para poder disponer de un personal idóneo y calificado, pues al momento de contratar un persona evalúa en el posible colaborador, Que se dinámico y proactivo y que tenga cualidades y capacidad de trabajar en equipo</p>	<p>Coincide</p>

<p><b>Control de mercadería</b></p>	<p>Sánchez &amp; Lazo (2018) Indicaron que para mejorar el desarrollo económico de las medianas o grandes empresas deben contar, adicionalmente, con inventarios de materias primas y productos terminados.</p>	<p>AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L; para poder llevar un control de la diversidad de productos que ofrece tiene establecido un sistema de control (kardex) desde el área de caja</p>	<p>Coincide</p>
<p><b>Capacitación al propietario y personal</b></p>	<p>Pisco (2017) indico en sus resultados lo siguiente: Con Respecto a la rentabilidad, un 58% de los microempresarios manifestaron que su rentabilidad logro mejorar por el financiamiento obtenido y un 75% mejoro por la capacitación recibida tanto para el como propietario como para su personal.</p> <p>Asimismo indico que el financiamiento y la capacitación son factores esenciales para lograr un mejor desarrollo económico y gestión empresarial del sector comercio, rubro de abarrotes.</p>	<p>El propietario y gerente de AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L; si han recibido algunas capacitaciones así como también brindaron capacitación a parte de su personal.</p>	<p>Coincide</p>

<p><b>Comercio electrónico</b></p>	<p><b>Figuroa (2015)</b> Determino que sí existe una relación estrecha entre el uso del <b>comercio electrónico</b> y la rentabilidad de las Pyme del sector comercio. También observó que no son mucho los gerentes que llegan a emplear esta herramienta.</p>	<p>AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L; no utiliza el comercio electrónico como una alternativa de venta</p>	<p>No coincide</p>
<p><b>Control interno</b></p>	<p>Fatama (2019) en su estudio indico que un 70,00% de sus encuestados lograron mejorar su rentabilidad con la aplicación de control interno</p>	<p>AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L; no lleva un control interno adecuado</p>	<p>No coincide</p>
<p><b>Precios bajos</b></p>	<p>Los investigadores anteriores no lo identificaron como una oportunidad para mejorar la rentabilidad</p>	<p>AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L; utiliza como una de las principales estrategias para incrementar o mejorar la rentabilidad de la empresa ofrecer precios más bajos, logrando así incrementar las ventas en grandes cantidades, así como ser la más preferida por los consumidores</p>	<p>No coincide</p>

<b>Valor agregado a los productos</b>	En las investigaciones de los antecedentes no se encontró como una posibilidad para mejorar la rentabilidad	AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L.; La estrategia principal y que más resultados le ha dado a la empresa para incrementar o mejorar su rentabilidad son esas distintas características adicionales que se le dan a los productos como valor agregado consistente en una atención amable y de calidad así como la entrega a domicilio	No coincide
<b>Publicidad</b>	En las investigaciones de los antecedentes no se encontró como una posibilidad para mejorar la rentabilidad	AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L.; utiliza a la publicidad como una oportunidad para mejorar la rentabilidad y lo hace mediante la entrega de calendarios y almanaques.	No coincide
<b>Proveedores</b>	En las investigaciones de los antecedentes no se encontró como una posibilidad para mejorar la rentabilidad	AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L.; Para adquirir la diversidad de productos evalúa a sus proveedores para optar por la que	No coincide

		mejores posibilidades le ofrece teniendo muy en cuenta que no se debe afectar la calidad del producto, asimismo se tiene políticas de compras establecidas de acuerdo a la magnitud de la empresa para obtener promociones y/o bonificación.	
<b>Promociones ofrecidas</b>	En las investigaciones de los antecedentes no se encontró como una posibilidad para mejorar la rentabilidad	AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L; para mantener a sus clientes y atraer a nuevos así como para incrementar su venta utiliza como estrategia ofrecer promociones de productos.	No coincide
<b>Comparación de periodos</b>	En las investigaciones de los antecedentes no se encontró como una posibilidad para mejorar la rentabilidad	AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L; realiza comparación de sus periodos económicos mediante los estados financieros para corregir errores	No coincide

FUENTE: elaboración propia

cuadro

#### 5.1.4 Respecto al objetivo específico N° 4

Realizar propuestas de mejora de los factores relevantes de la rentabilidad de la empresa

AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – LA ARENA-PIURA, 2020.

<b>OPORTUNIDAD</b>	<b>PROPUESTA DE MEJORA</b>
PRECIOS BAJOS	<p>_Se sugiere seguir ofreciendo precios más bajos que la competencia, pero sin afectar la calidad de los distintos productos que se ofrecen.</p> <p>_ Se propone investigar el precio en el mercado y el precio al que ofrece la competencia los distintos productos para que la diferencia sea mínima de tal manera que no se vea afectada la rentabilidad.</p>
VALOR AGREGADO A LOS PRODUCTOS	<p>_Se propone seguir ofreciendo una atención amable, darle una renovación y acondicionamiento al local donde se muestran los productos.</p> <p>_Así mismo se propone mejorar el servicio de entrega a domicilio para que sea de forma más inmediata y al instante.</p> <p>_Se sugiere envasar los productos de primera necesidad en unidades de peso menores para una rápida atención (½ kilo, kilo, arroba, etc.)</p>
FINANCIAMIENTO	<p>_Se sugiere a la gerencia que al momento de solicitar un financiamiento primero planifique cuanto es la cantidad necesaria para requerirla, el destino que tendrá la misma, así mismo hacer proyecciones de cómo es que se ira amortizando la deuda asumida.</p> <p>_ Además se sugiere que se evalué las tasas de interés, plazos otorgados y sobre todo que se solicite el financiamiento en una entidad bancaria, también se debe hacer comparaciones de distintos simuladores de préstamos de las distintas entidades bancarias para tomar una mejor decisión.</p>
CAPACITACIÓN AL PERSONAL QUE LABORA EN LA EMPRESA	<p>Se sugiere realizar capacitación constante al personal colaborador sobre temas como:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Seguridad ocupacional</li><li>✓ Motivación personal</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desarrollo del liderazgo personal</li> <li>✓ El poder de la palabra</li> <li>✓ Habilidades personales v</li> <li>✓ Herramientas y cualidades para vender.</li> <li>✓ Como tratar al cliente.</li> <li>✓ Capacidad de escuchar.</li> <li>✓ Como solucionar problemas.</li> </ul>
SELECCIÓN DEL PERSONAL	<p>_Se sugiere que además de que el posible colaborador sea dinámico y proactivo, se debe evaluar que posea capacidad de trabajar en equipo, que sea responsable y que tenga cualidades necesarias para desempeñarse en el área que se le asigne, asimismo que tenga la gran capacidad de trabajar bajo presión o exigencia cuando la empresa lo requiera.</p>
PUBLICIDAD	<p>_Se sugiere realizar una publicidad constante a través de un medio distinto al utilizado y no confiarse de la publicidad de voz en voz, ya que una buena publicidad conlleva a mejorar las ventas, a atraer nuevos clientes así como lograr una mejor posición en el mercado, además una buena publicidad lo conllevara hacer preferida por la población y es una de las mejores herramientas para seguir mejorando la rentabilidad de la empresa.</p>
CONTROL DE MERCADERÍAS	<p>Se sugiere llevar un adecuado control de mercadería, hacer uso de la informática mediante sistemas de control (kardex), así mismo se sugiere asignar un personal fijo para el área de almacén de tal manera que se pueda asignar responsabilidades en caso de pérdidas.</p> <p>Asimismo se sugiere realizar una supervisión personalizada al área de almacén para realizar el conteo del producto los cuales las cantidades deben ser los mismos que reflejan los sistemas de control o los kardex.</p>
PROVEEDORES	<p>Se sugiere realizar una evaluación minuciosa de los distintos proveedores tomando muy en cuenta las facilidades ofrecidas, las promociones y los precios establecidos sin afectar la calidad del producto</p>

POLÍTICAS DE COMPRA	<p>_Se sugiere establecer políticas de compras de acorde a la magnitud de la empresa de donde se obtengan productos a bajo precios, promociones y/o bonificaciones, teniendo en cuenta que no se debe afectar la calidad del producto.</p> <p>_Además se debe establecer las condiciones de entrega así como la forma y plazo de pago.</p>
ANÁLISIS FODA	<p>_Se propone hacer un Análisis profundo y veras del cuadrante FODA de tal manera que se defina los objetivos realistas y se puedan diseñar estrategias de acuerdo al diagnóstico obtenido para que así la empresa pueda seguir mejorando para lograr un mejor creciendo en el mercado.</p>
PROMOCIONES OFRECIDAS.	<p>_Se sugiere seguir ofreciendo promociones de los distintos productos o pequeños incentivos a corto plazo para estimular y seguir atrayendo a los distintos clientes.</p> <p>_Se propone establecer un plan estratégico de promociones en fechas establecidas y a cortos plazos para incrementar las ventas y así mismo tener en cuenta cuanto es lo que nos representa ofrecer esas promociones para poder tomar mejores decisiones.</p>
COMPARACIÓN DE PERIODOS	<p>Se sugiere que la comparación de periodos económicos se realice haciendo uso de los distintos instrumentos de análisis como los ratios financieros que conllevan a realizar un buen análisis e interpretar la información de tal manera que las decisiones que se tomen a futuro sean asertivas y así poder obtener resultados positivos.</p>
CAPACITACIÓN DE LOS PROPIETARIOS	<p>Se le sugiere seguir teniendo esa gran pasión por su negocio y estar constantemente en capacitación participando de los distintos eventos, talleres, cursos y seminarios relacionados con el emprendimiento y buen manejo de la empresa y evocar esos conocimientos a su empresa del cual estamos seguros que le será de gran ayuda para seguir creciendo y superar a la competencia.</p> <p>_Se sugiere capacitarse en cursos sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión empresarial.</li> <li>• Formación en gerencia</li> <li>• Planificación y estrategias empresarial</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzas</li> <li>• Legislación laboral, comercial y tributaria.</li> <li>• Marketing empresarial.</li> </ul>
--	--

## 5.2 Análisis de los resultados

### **Respecto al objetivo específico N° 1**

#### **Determinar y describir las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de las empresas del sector comercio del Perú.**

Con la información recopilada de los distintos investigadores que compartieron la inquietud de investigar cuáles son esas oportunidades de la rentabilidad de las empresas del sector comercio por ser las más rentables por su actividad que realizan, en su mayoría determinaron que:

1. El financiamiento es un factor factores esenciales para lograr un mejor desarrollo económico y gestión empresarial del sector comercio, Además los investigadores afirmaron que el financiamiento si logra mejorar la rentabilidad de las empresas.
2. La ubicación de los entes económicos es vital ya que la probabilidad de obtener mayores beneficios va a dependen del lugar donde desempeñen la actividad económica.
3. Disponer de personal idóneo y calificado conlleva a obtener mayores oportunidades de obtener mejores rendimientos, es decir se generan mejores ingresos logrando así ser más llamativas para obtener un financiamiento.
4. Llevar un control de mercadería en las empresas mejora el desarrollo económico de las mismas ya que permite evitar las pérdidas de mercadería así como evitar obtener desmedros.

5. La capacitación es uno de los factores importantes para que las empresas como nuestro caso estudiado logren un desarrollo económico, ya que muchos investigadores llegaron a la conclusión que la capacitación sin lugar a duda si contribuye a obtener mejores rentabilidades.
6. El comercio electrónico en la actualidad es uno de los factores más importantes para generar mayores ingresos, por ende debe ser utilizada como una estrategia primordial para incrementar las ventas y mejorar la rentabilidad.
7. Aplicar control interno en una empresa también permite obtener mejores rentabilidades ya que mediante este se implementan medidas para reducir los riesgos en las operaciones de la empresa asegurando así la obtención de mejores resultados.

#### **5.2.1 Respecto al objetivo específico N° 2**

**Determinar y describir las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – la Arena-Piura, 2020.**

1. La empresa utilizo como estrategia para mejorar su rentabilidad ofrecer precios más bajos que su competencia directa, sin afectar o atentar con la calidad de los productos, teniendo muy en cuenta los costos y gastos generados durante las ventas. Por ende es de gran ayuda investigar los precios de los productos en el mercado así como los precios ofrecidos por las competencias directas para que la diferencia del precio sea mínimo y no afecte las ganancias.
2. La empresa utiliza al valor agregado como una estrategia primordial para mejorar sus rentabilidades, este valor agregado consiste en una atención amable y de calidad con un personal idóneo y por supuesto la entrega a domicilio. Por ello contar un personal asignado a estas labores es de suma importancia porque permitirá ser más eficaz y eficientes tanto en las ventas como en las entregas a domicilio de forma inmediata.

3. La empresa durante el periodo si obtuvo un financiamiento para seguir creciendo y poder desarrollar con toda normalidad su actividad económica y ejecutar así lo planificado, por ello es muy saludable realizar una planificación para obtener con toda certeza cuanto es la cantidad que se necesita solicitar y en que se va a invertir.
4. La empresa realizo capacitación a su personal colaborador que labora en la empresa porque el propietario y quienes administran la empresa saben que es una inversión que a la larga genera grandes beneficios porque un personal capacitado tiene las herramientas necesarias y descubre nuevas habilidades para mejor su rendimiento.
5. La empresa para seleccionar y contratar a un personal evalúa en el posible o futuro colaborador que sea dinámico y proactivo, pero es más conveniente que se evalúen que cumpla con todas las características como que posea capacidad de trabajar en equipo, que sea responsable y que tenga cualidades necesarias para desempeñarse en el área que se le asigne, asimismo que tenga la gran capacidad de trabajar bajo presión o exigencia cuando la empresa lo requiera o cuando sea necesario.
6. La publicidad conlleva a que un negocio o producto sea conocido, además ayuda atraer clientes, permite que un negocio o empresa se poseione en el mercado. La empresa utiliza como medio de publicidad al más tradicional que es la entrega de calendarios y almanaques. Pero sería factible realizar la publicidad por un medio distinto y de acorde a las exigencias de la sociedad haciendo uso de la informática.
7. La empresa para evitar pérdidas y desmedros de su mercadería utiliza como medio de control al kardex que le permite saber con exactitud la mercadería que se encuentra en almacén.
8. La empresa posee políticas de compras establecidas para la adquisición de sus mercaderías, así como evalúa a sus distintos proveedores teniendo muy encuentra la calidad del producto.

9. Quienes administran y dirigen la empresa realizan comparaciones de los resultados de los periodos para verificar si la empresa está obteniendo mejores resultados en comparación con los años anteriores, también compara para corregir errores y tomar decisiones asertivas en bien de la empresa.
10. La empresa utiliza como instrumento de estudio al **Análisis foda** para conocer las condiciones reales de la empresa, así como para hacer un estudio profundo e identificar cuáles son sus fortalezas, oportunidades pero también sus debilidades y amenazas que posee la empresa para una mejor toma de decisiones

### **5.2.2 Respecto al objetivo específico N° 3**

**Realizar un análisis comparativo entre las empresas del sector comercio del Perú y la Empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – la Arena-Piura, 2020.**

Después de haber realizado la investigación de nuestro caso y con la información recopilada de las investigaciones anteriores de distintos autores se coincide que los factores u oportunidades de la rentabilidad son: el financiamiento, personal idóneo y calificado, control de mercaderías y capacitación tanto para los propietarios como para el personal. Así mismo los investigadores de nuestros antecedentes concluyeron que también son factores indispensables la ubicación del ente económico, comercio electrónico y control interno.

Esta investigación concluye y determina que existen otros factores u oportunidades que conlleva a que la rentabilidad de este caso sea más favorable y son: ofrecer precios bajos, darle valor agregado a los productos, realizar publicidad, evaluar a los proveedores, establecer políticas de compras, realizar análisis foda, realizar comparación de los periodos económicos y ofrecer promociones

### **5.2.3 Respecto al objetivo específico N° 4**

**Realizar propuestas de mejora de los factores relevantes de la rentabilidad de la empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – LA ARENA-PIURA, 2020.**

### **Propuesta de mejora N° 1**

**Establecer precios más bajos que la competencia teniendo muy en cuenta los precios ofrecidos en el mercado así como los costos y gastos generados para que la rentabilidad no sea mínima.**

La empresa utiliza como estrategia de venta ofrecer precios más bajos que la competencia por ende es recomendable realizar una investigación de los precios del mercado de los distintos productos que se ofrecen así como los precios que ofrecen la competencia directa de tal manera que la diferencia de los precios sean mínimos y nuestras ganancias sean más favorables. Por otro lado es importante también tener muy en cuenta los gastos y costos que nos ocasiona vender un producto para estar seguro que el precio establecido y más bajo que la competencia nos genere rentabilidad.

### **Propuesta de mejora N° 2**

**Mejorar y ser más eficiente con el valor agregado que se le da a los productos**

La empresa utiliza como estrategia más favorable para incrementar las ventas y obtener mejores ganancias al valor agregado que se les da los productos el cual consiste en ofrecer una atención de calidad y de forma inmediata con un personal idóneo y la entrega a domicilio. Por ende se recomienda que el personal responsable del área de ventas sea el adecuado, que tenga pasión por las ventas y lo más importante es que los pedidos y entregas a domicilio sean de forma inmediata e instantánea por ello se debe contar con un personal asignado a esta labor.

### **Propuesta de mejora N° 3**

**Cuando se requiera de un financiamiento se propone elaborar una planificación para tener con exactitud el monto que se requiere y en que se va a invertir, además evaluar a las distintas entidades financieras para optar por la mejor opción.**

La empresa si necesito un financiamiento oportuno para seguir creciendo en el mercado y lo obtuvo de una entidad bancaria por ser las que ofrecen mejores beneficios al usuario, además aún necesita de un financiamiento para seguir consolidándose, por ende es necesario indicar que antes de requerir el financiamiento se debe realizar una planificación para saber con exactitud qué cantidad de dinero se requiere, en que se va a invertir y en qué tiempo se puede cancelar , ya realizada la planificación se debe continuar con la evaluación de las entidades bancarias para ver en donde es más conveniente obtener el financiamiento. Cabe resaltar que se debe tener muy en cuenta la forma de pago, el periodo o plazo, las tasas de interés y los requisitos que solicitan las entidades bancarias, para ello se debe solicitar a cada entidad un simulador de pago para hacer comparaciones y optar por la mejor opción.

#### **Propuesta de mejora N° 4**

**Establecer criterios de evaluación al momento de seleccionar un personal, así como realizar un plan de trabajo para realizar capacitaciones al personal.**

El éxito de una empresa depende de todo un equipo de trabajo que abarca al propietario, al gerente, al personal administrativo, a los trabajadores, por ende establecer criterios de evaluación al momento de seleccionar un personal es de gran ayuda para contratar al personal idóneo que formara parte del equipo, así mismo se debe brindar capacitación constante al personal para obtener un mejor rendimiento de los mismos, por ello es de gran conveniencia realizar un plan de trabajo cronológico para capacitar a

nuestro personal, es decir se deben elegir qué temas se van a capacitar, quienes lo harán y en que fechas se realizaran, de tal forma que todo sea planificado en bien de los colaboradores como de la misma empresa.

#### **Propuesta de mejora N° 5**

##### **Utilizar un mejor medio de publicidad de acorde a las exigencias de la sociedad.**

La publicidad es una estrategia fundamental para atraer clientes, para incrementar el consumo de un producto, para dar reputación a lo que se ofrece, la empresa no utiliza una publicidad constante y un medio adecuado, por ello utilizar un medio de publicidad de acorde a la exigencia de la sociedad sería fundamental para ofertar los productos, así como para lograr ser preferidos por los consumidores.

#### **Propuesta de mejora N° 6**

##### **Realizar supervisiones instantáneas o periódicas del almacén y comparar con los saldos de los sistemas de control de mercadería (kardex)**

La empresa para administrar su mercadería lleva un control mediante un sistema computarizado por ello es necesario realizar supervisiones del almacén para comparar si los saldos de las mercaderías establecidos en el sistema son los mismos que se encuentran en el almacén. Asimismo se debe revisar y verificar si la mercadería está en buen estado para ello se debe hacer una revisión física para evitar sorpresas.

#### **Propuesta de mejora N° 7**

**Establecer un plan estratégico de promociones en fechas establecidas y a cortos plazos para incrementar las ventas y así mismo tener en cuenta cuanto es lo que nos representa ofrecer esas promociones para poder tomar mejores decisiones.**

Ofrecer promociones conlleva a estimular la adquisición más rápida de los productos y sobre todo es una gran estrategia para atraer a nuevos clientes.

La empresa utiliza a las promociones como una estrategia para mantener a los clientes así como para atraer a nuevos. Por ende es importante establecer un plan estratégico de promociones en fechas establecidas y a cortos plazos para considerar y saber en cifras numéricas cuánto es lo que nos representa ofrecer esas promociones de tal manera que no se vea afectada la rentabilidad.

## **VI. Conclusiones**

Después de haber realizado nuestro estudio de investigación, hemos realizado un análisis minucioso de toda nuestra información recopilada, donde hemos encontrado trabajos de investigadores que coinciden que:

La Rentabilidad es la motivación y el principal objetivo de todo emprendedor, es el beneficio obtenido de una inversión, es la capacidad que se tiene para producir una buena ganancia, es el índice de medida de la utilidad obtenida entre la inversión efectuada, etc.

Por ello detallamos las siguientes conclusiones de acuerdo a nuestros objetivos

### **Respecto Objetivo específico N° 1**

**Determinar y describir las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de las empresas del sector comercio del Perú.**

Finalmente después de haber realizado nuestra investigación y con la información recopilada de otros investigadores concluimos que los factores principales que conllevan a obtener mejores rentabilidades son: financiamiento, ubicación de la entidad, contar con un personal idóneo y calificado, realizar control de mercaderías, realizar capacitación tanto para el propietario como para el personal, optar por el comercio electrónico y realizar control interno en la entidad.

### **Respecto Objetivo específico N° 2**

**Determinar y describir las oportunidades de la rentabilidad que mejoren las posibilidades de la empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – la Arena-Piura, 2020.**

Después de haber realizado un estudio minucioso de nuestro caso y con la información recopilada de la técnica de estudio aplicada con nuestra percepción obtenida en cada visita que se le dio a la empresa concluimos que las oportunidades o factores que intervienen en la

rentabilidad de nuestro caso son: precios bajos, valor agregado a los productos, financiamiento, capacitación al personal, selección de personal, publicidad, control de mercaderías, proveedores, políticas de compras establecidas, análisis foda y promociones ofrecidas.

### **Respecto Objetivo específico N° 3**

Realizar un análisis comparativo entre las empresas del sector comercio rubro abarrotes del Perú y la Empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – la Arena-Piura, 2020

Después de haber dado respuesta a nuestro primer y segundo objetivo concluimos que existe una coincidencia en muchos factores de la rentabilidad encontrados en nuestro caso de estudio y que los investigadores de nuestros antecedentes también llegaron a concluir con los mismos y son: financiamiento, personal idóneo y calificado, control de mercaderías y capacitación, pero también existen factores en los que no hemos coincidido y que los investigadores a quienes hemos revisado su información los identificaron y son: la ubicación de la entidad, comercio electrónico y control interno. Asimismo en este caso de investigación hemos identificado otros factores importantes que influyen en la rentabilidad como son: ofrecer precios bajos, darle valor agregado a los productos, evaluar a los proveedores, políticas de compras establecidas, realizar análisis foda y ofrecer promociones de los productos.

### **Respecto Objetivo específico N° 4**

Realizar propuestas de mejora de los factores relevantes de la rentabilidad de la empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – LA ARENA-PIURA, 2020

Después de haber realizado las propuestas de mejora para la empresa que hemos investigado se concluye que todo ello conllevará a que se obtenga una mejor rentabilidad y permitirá seguir creciendo en el mercado, porque poniendo en práctica todo lo propuesto se obtendrán mejores resultados.

## **Recomendaciones**

1. Hacer un estudio de mercado de los precios que se ofrece de los diversos productos para poder fijar un precio con una mínima diferencia.
2. Realizar la entrega de mercaderías a domicilio lo más inmediato posible para mejorar el valor agregado.
3. Para solicitar financiamiento se recomienda hacer una planificación de lo que realmente se necesita para evitar el endeudamiento.
4. Realizar supervisión constante para dar fe si realmente los saldos de mercadería son los mismos que demuestra el sistema de control.

## Referencias bibliográficas

Amador, M. (2014). *metodologia de investigacion*. Recuperado el 13 de junio de 2019, de <http://manuelgalan.blogspot.com/2014/06/hipotesis.html>

Catalan, B. (2019). *rankia* . Obtenido de las empresas mas importantes del peru, sector alimenticio, sector comercio : <https://www.rankia.pe/blog/mejores-opiniones-peru/2221587-empresas-mas-importantes-peru-sector-alimenticio-comercial>

Celmi, A. (2017). Caracterización del financiamiento y rentabilidad en las. *tesis pre grado*. universidad catolica los angeles de chimbote, huaraz. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1602/FINANCIAMIENTO\\_RENTABILIDAD\\_CELMI\\_GARGATE\\_ANALI\\_ELIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1602/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_CELMI_GARGATE_ANALI_ELIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

De Gea, M. (2019). *Unicajabanco*. Obtenido de <https://www.unicajabanco.es/es/blog/economia-y-empresa/2019/Enero/la-importancia-de-la-rentabilidad-en-las-finanzas-personales-y-e>

De leon, D. ( 2018). *ceoe*. Obtenido de confederacion española de organizacion empresariales: <https://www.ceoe.es/es/contenido/actualidad/noticias/las-mipymes-generan-el-28-del-pib-en-latinoamerica-pero-carecen-aun-del-impulso-necesario>

Espinoza, I. (2018). "Caracterización del financiamiento, la rentabilidad y capacitacion de las mypes del sector comercial- rubro venta de textiles y calzado en la provincia de sullana region piura año 2014. *tesis pre grado*. universidad catolica los angeles de chimbote, sullana, Peru. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7923/financiamiento\\_capacitacion\\_espinoza\\_araujo\\_isabel\\_alexandra.pdf](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/7923/financiamiento_capacitacion_espinoza_araujo_isabel_alexandra.pdf)

Farro, P. (2018). Incidencia de la rentabilidad en los. *pre grado*. universidad señor de sipan, chiclayo. Obtenido de

<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4510/farro%20silva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Fatama, A. (2019). propuestas de mejora del financiamiento, rentabilidad, control interno y tributos de las micro y pequeñas empresas nacionales sector comercio. rubro compra y venta de abarrotes del distrito de belen 2019. *tesis pre grado*. uladech, iquitos. Recuperado el 05 de 05 de 2020, de

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11004>

Fatama, J. (2017). Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro compra y venta de abarrotes del distrito de Punchana, 2016. *tesis pre garado*. universidad catolica los angees de chimbote, iquitos. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1187>

Figuroa, E. (2015). Rentabilidad y uso de comercio electrónico en las micro,. *redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4981/498150319017.pdf>

Figuroa, H., & Roosevelt, D. (2020). El financiamiento y la rentabilidad en las mypes del sector comercio – rubro compra / venta de abarrotes del Distrito de Rupa Rupa 2018”. *tesis pre grado*. universidad catolica los angeles de chimbote, tingo maria- distrito de rupa rupa, provincia de leoncio prado, huanuco. Obtenido de [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD\\_7b1bc86627471233ad8acfd60518ee90](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_7b1bc86627471233ad8acfd60518ee90)

Gabernet, P. D. (2012). *nova bella* . Obtenido de <https://www.novabella.org/la-importancia-de-la-rentabilidad/>

Gonzales, M., & Mendez, M. (2017). *Determinantes de la Rentabilidad Financiera de las MIPYMES de*. escuela superior politecnica de litoral, ecuador . Obtenido de [https://www.google.com/search?ei=kjuzXtzEEuGg\\_Qbbla6wBw&q=rentabilidad+de+mypes+en+ecuador&oq=rentabilidad+de+mypes+en+ecuador&gs\\_lcp=CgZwc3ktYWlQAZIGCAAQFh](https://www.google.com/search?ei=kjuzXtzEEuGg_Qbbla6wBw&q=rentabilidad+de+mypes+en+ecuador&oq=rentabilidad+de+mypes+en+ecuador&gs_lcp=CgZwc3ktYWlQAZIGCAAQFh)

AeOgQIABBHUOM3WIRbYKliaABwAngAgAG0A4gB1RqSAQkwLjEuNi40LjGYAQCgAQGqAQdn  
d3Mtd2l6&sclient=psy-ab&ved=0

INEI. ( 2016). *www.inei.gob.pe*. Obtenido de características económicas y financieras de las empresas comerciales, 2014:

[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digiales/Est/Lib1405/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digiales/Est/Lib1405/libro.pdf)

Maldonado, R. (2015). rentabilidad. *consultoria contable-tributaria-laboral*.

Obtenido de <https://www.revistadeconsultoria.com/rentabilidad>

Mamani, Y. (2019). Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las MYPES del sector comercial - rubro abarrotes del distrito de Huancané – 2018. *tesis pre grado*. universidad catolica los angeles de chimbote, juliaca, peru.

Recuperado el 2020 de febrero de 13, de

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/9067>

Moreno, D. ( 2018). *finanzas para mortales*. Recuperado el 05 de mayo de 2020, de <https://www.finanzasparamortales.es/que-es-la-rentabilidad/>

Moreno, D. ( 2018). *finanzas para mortales*. Obtenido de <https://www.finanzasparamortales.es/que-es-la-rentabilidad/>

Morillo, M. (2001). rentabilidad financiera y reduccion de costos. *actualidad contable fases*, 35-36. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/257/25700404.pdf>

negocio, D. (2015). *economia* . Obtenido de <https://destinonegocio.com/pe/economia-pe/para-que-y-como-calcular-los-ratios-de-rentabilidad/>

Novoa, F., & Escobar, M. (2013). Jerarquización de factores que inciden en la rentabilidad de las PYMES en Ecuador. *tesis pre grado*. universidad san francisco de quito,

quito, ecuador. Recuperado el 12 de 05 de 2020, de  
<http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/1623>

Peñaralda, C. (2018). sector comerico se expandira en un 3.2% en el 2018. *el comercio*. Recuperado el 26 de 04 de 2020, de  
<https://elcomercio.pe/economia/peru/sector-comercio-expandira-3-2-2018-estima-ccl-noticia-nndc-551366-noticia/?ref=ecr>

Perez, J., & Gardey, A. (2014). *definicion de*. Obtenido de definicion de rentabilidad:  
<https://definicion.de/rentabilidad/>

Perez, M. (2019). "CARACTERIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD, DE LAS MYPES SECTOR COMERCIO, RUBRO TIENDAS DE ABARROTES EN EL DISTRITO DE TUMBES 2017". *tesis pregrado*. universidad catolica los angeles de chimbote, tumbes. Recuperado el 2020 de 04 de 30, de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/14998>

Pisco, B. (2017). caracterizacion del financiamiento y rentabilidad de las mypes del sector comercio rubro abarroses del distrito de juanjui provincia de mariscal caceres periodo 2015-2016. *tesis pre grado*. universidad catolica los angeles de chimbote, juanjui. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1006>

Plus, M. (s.f.). *monografias .com*. Obtenido de  
<https://www.monografias.com/docs/Las-MYPES-en-el-Per%C3%BA-caracter%C3%ADsticas-ventajas-P3YE24EJMZ>

Polo, D. ( 2020). *emprender-facil*. Obtenido de <https://www.emprender-facil.com/15-negocios-rentables-en-peru/>

Ruiz, R. (2017). caracterizacion del financiamiento y la rentabilidad de la micro y pequeña empresa sector comercio rubro venta de abarroses del mercado modelo de sullana

año 2015. *tesis pregrado*. universidad catolica los angeles de chimbote, sullana. Recuperado el 2020 de 05 de 05, de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/838>

Sanchez, M., & Lazo, V. (2018). Determinantes de la rentabilidad empresarial en el ecuador: un análisis de corte transversal. *ecasinergia*, 1-14. Obtenido de <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/ECASinergia/article/view/1006>

Sevilla, A. (2015). *ECONOMIPEDIA haciendo facil la economia* . Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>

Timoteo, H. (2019). caracterizacion del financiamiento y la rentabilidad de las mypes del sector comercio, rubro tiendas de abarrotes en el centro poblado pampa grande - tumbes, 2017. *tesis pre grado*. universidad catolica los angeles de chimbote, tumbes. Recuperado el 03 de 05 de 2020, de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15121/FINANCIAMIENTO\\_RENTABILIDAD\\_TIMOTEO\\_PAUCAR\\_HUXLEY\\_XAVIER.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15121/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_TIMOTEO_PAUCAR_HUXLEY_XAVIER.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Vives, A. ( 2019). *Agora*. Obtenido de inteligencia colectiva para la sostenibilidad: <https://www.agorarsc.org/rentabilidad-de-la-responsabilidad-cuatro-estudios-y-mi-opinion/>

**Anexo**  
**Cronograma de actividades**

CRONOGRAMA DE TRABAJO																	
N°	ACTIVIDADES	AÑO 2021_ II															
		MESES															
		SETIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
		SEMANA															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	Presentación del primer borrador del informe final																
2	Mejora de la redacción del primer borrador del informe final																
3	Primer borrador del artículo científico																
4	Mejoras a la redacción del informe final y artículo científico																
5	Revisión y mejora del informe final																
6	Revisión y mejora del artículo científico																
7	Calificación del informe final, artículo científico y ponencia por el Docente Tutor																
8	Calificación, sustentación del informe final, artículo científico y ponencia por el jurado investigador																
9	Calificación, sustentación del informe final, artículo científico y ponencia por el jurado investigador (2da revisión)																
10	Calificación, sustentación del informe final y artículo científico por el jurado investigador (2da revisión)																
11	Calificación, sustentación del informe final y artículo científico por el jurado investigador (2da revisión)																
12	Calificación, sustentación del informe final y artículo científico por el jurado investigador (2da revisión)																
13	Calificación, sustentación del informe final y artículo científico por el jurado investigador (2da revisión)																
14	Calificación, sustentación del informe final y artículo científico por el jurado investigador (2da revisión)																

Fuente: elaboración propia

cuadro 7

## Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
<b>Suministros (*)</b>			
• Impresiones	60.00	1	60.00
• Fotocopias	30.00	1	30.00
• Empastado	25.00	3	75.00
• Internet	40.00	3	120.00
• Lapiceros	1.00	6	6.00
• Model huawei para internet	100.00	1	100.00
<b>Servicios</b>			
• Servicio de turnitin	50.00	4	200.00
<b>Sub total</b>			
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información	5.00	6	30.00
• Pasajes para ir a imprimir y empastar la tesis	15.00	1	15.00
<b>Sub total</b>			636.00
<b>Total presupuesto desembolsable</b>			
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
<b>Servicios</b>			
• Uso de internet (Laboratorio de aprendizaje digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de investigación del ERP university - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
<b>Sub total</b>			400.00
<b>Recurso humano</b>			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
<b>Sub total</b>			252.00
<b>Total de presupuesto no desembolsable</b>			652.00
<b>Total (S/.)</b>			

Fuente: elaboración propia

cuadro: 8

## Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

#### ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

#### ENCUESTA

#### ENCUESTA REALIZADA A: PROPIETARIO Y PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA COMERCIAL AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L

Las siguientes preguntas que contiene este cuestionario, tiene fines académicos, su aporte será muy importante para conocer sobre las **“Propuestas de Mejora de los Factores Relevantes de la Rentabilidad de la Empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – la Arena-Piura, 2020.”**, para ello se le sugiere responder con toda sinceridad para así poder obtener una información veraz.

Agradezco por anticipado su colaboración al contestarnos las siguientes interrogantes

1. ¿Alguna vez usted ha aplicado algún tipo de estrategia que mejore la rentabilidad de su empresa?
  - a) Si
  - b) No
  
- 1.1 ¿si su respuesta es positiva; mencione que tipo de estrategia usted aplico para mejorar la rentabilidad de su empresa?
  - a) Precios bajos
  - b) Amable atención
  - c) Ofrecer productos de calidad
  - d) Comprar mercaderías al por mayor
  - e) Valor agregado
  - f) Otros
  
- 1.2. ¿si su respuesta fue negativa, mencione porque no aplico ninguna estrategia que mejore la rentabilidad de su empresa?
  - a) Por falta de conocimiento
  - b) Está conforme con su rentabilidad generada
  - c) Otros.

2. ¿A su consideración en los últimos años usted ha recibido algún tipo de capacitación sobre el buen manejo de la empresa que le ayude a mejorar la rentabilidad de su empresa?

- a) Si
- b) No

3. ¿Alguna vez usted ha obtenido un financiamiento bancario que le ayudo a mejorar su rentabilidad?

- a) Si
- b) No

3.1. Si su respuesta es positiva, de donde lo obtuvo

- a) Bancos
- b) Cajas municipales y rurales
- c) Edpymes
- d) Cooperativas de ahorro y crédito

3.2. ¿de ser negativa porque no obtuvo un financiamiento?

- a) Tasas de interés elevados
- b) No lo necesitaba
- c) No le otorgaban el monto solicitado
- d) Muchos requisitos

4. ¿A su consideración en los últimos años realizo capacitaciones a su personal para mejor su rendimiento y obtener así mejor rentabilidad en su empresa?

- a) Si
- b) No

5. ¿Al momento de contratar un personal que es lo que evalúa en la persona?

- a) Que sea amable ,respetuoso y responsable
- b) Que tenga buena presencia
- c) Que se dinámico y proactivo
- d) Que tenga cualidades y capacidad de trabajar en equipo.

6. ¿A su consideración en los últimos años, ha realizado algún tipo de publicidad que ayude a incrementar sus ventas y por lo tanto a mejorar su rentabilidad?

- a) Si
- b) No

6.1. Si su respuesta es SI ¿Qué medios utilizo?

- a) Almanagues o calendarios
- b) SPOT publicitario en radio
- c) Pinturas en muros
- d) Publicaciones en internet
- e) Perifoneo en altoparlantes

6.2. Si su respuesta es No ¿Por qué no realizo publicidad?

- a) No lo necesita
- b) Ya es conocido
- c) Otros

7. A su consideración en los últimos años, lleva un control de sus mercaderías a través de un kardex para evitar pérdidas y desmedros que afectan su rentabilidad?

- a) Si
- b) No

8. ¿A su consideración, la empresa evalúa a sus proveedores al momento de efectuar sus compras para ver quienes le ofrecen precios menores, sin afectar la calidad del producto?

- a) Si
- b) No

9. ¿A su consideración la empresa tiene políticas de compras, donde obtenga bonificaciones por promociones que ayuden a mejorar su rentabilidad?

- a) Si
- b) No

10. ¿A su consideración en los últimos años, realiza un análisis de la empresa para identificar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) que le ayuden a corregir errores y seguir mejorando?

- a) Si
- b) No

11. ¿En los últimos años que estrategias se utiliza para mantener a los clientes y atraer a nuevos?

- a) Precios bajos
- b) Amable atención
- c) Incentivos
- d) Promociones
- e) Otros

12. ¿en los últimos años su rentabilidad ha mejorado?

- a) Si
- b) No

13. ¿En los últimos años, usted ha realizado una comparación de las utilidades obtenidas para tomar mejores decisiones?

- a) Si
- b) No

## PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

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

La presente investigación se titula **Propuestas de mejora de los factores relevantes de la rentabilidad de la empresa AGRONEGOCIOS LA ARBOLEDA E.I.R.L – la Arena-Piura, 2020.** y es dirigido por **Silva Sosa Juan Carlos** investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Realizar Nuestra Tesis Para Obtener el Título de Contador Público**

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará **30 minutos** de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de **una copia de la tesis elaborada** Si desea, también podrá escribir al correo [jhon\\_charlis\\_2006@hotmail.com](mailto:jhon_charlis_2006@hotmail.com) para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

**Nombre: Chiroque Llacsahuanga Orlando**

**Fecha: 25/09/2020**

Correo electrónico:

*carboleda\_1969@hotmail.com*

Firma del participante:

*[Firma manuscrita]*

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

*[Firma manuscrita]*

## TURNITIN 4%

Mis entregas

Sección 1 Sección 2 Sección 3

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
TURNITIN - REVISION DEL INFORME FINAL - Sección 1	27 oct 2021 - 00:00	3 nov 2021 - 22:00	3 nov 2021 - 22:00

Actualizar entregas

	Titulo de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud	
Ver recibo digital	<a href="#">introducción, resultados, analisis de los resultados, conclusiones y recomendaciones</a>	1692486128	3/11/2021 20:13	4%	 --