



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES  
RELEVANTES DE LA RENTABILIDAD EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS NACIONALES - CASO DE LA  
EMPRESA COMERCIAL FERRETERO MAGNO, LIMA  
2019**

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

**AUTOR:**

Bach. VELÁSQUEZ CHÁVEZ, JORDY BRYAN

ORCID ID: 0000-0002-1329-2829

**ASESOR:**

Mgtr. Castillo Gomero, Donato Amador

ORCID ID: 0000-0001-7928-6395

LIMA – PERÚ

2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LOS FACTORES  
RELEVANTES DE LA RENTABILIDAD EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS NACIONALES - CASO DE LA  
EMPRESA COMERCIAL FERRETERO MAGNO, LIMA  
2019**

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

**AUTOR:**

Bach. VELÁSQUEZ CHÁVEZ, JORDY BRYAN

ORCID ID: 0000-0002-1329-2829

**ASESOR:**

Mgtr. Castillo Gomero, Donato Amador

ORCID ID: 0000-0001-7928-6395

LIMA – PERÚ

2019

## **1. Título**

Propuesta de mejora de los factores relevantes de la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas nacionales - caso de la empresa Comercial Ferretero Magno, Lima 2019.

## **2. Equipo de Trabajo**

### **AUTOR**

Bach. VELÁSQUEZ CHÁVEZ, JORDY BRYAN

ORCID ID: 0000-0002-1329-2829

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

### **ASESOR**

Mgtr. CASTILLO GOMERO, DONATO AMADOR

ORCID ID: 0000-0001-7928-6395

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

### **JURADO**

Dra. RODRÍGUEZ CRIBILLEROS, ERLINDA ROSARIO

ORCID: 0000-0002-4415-1623

Dr. AYALA ZAVALA, JESUS PASCUAL

CÓDIGO ORCID: 0000-0003-0117-6078

Mgtr. ARMIJO GARCÍA, VÍCTOR HUGO

CÓDIGO ORCID: 0000-0002-2757-4368

### **3. Hoja de firma de jurado y asesor**

-----  
Dra. Rodríguez Cribilleros, Erlinda Rosario

**Presidente**

-----  
Dr. Ayala Zavala, Jesús Pascual

**Miembro**

-----  
Mgtr. Armijo García, Víctor Hugo

**Secretario**

-----  
Mgtr. Castillo Gomero, Donato Amador

**Asesor**

#### **4. DEDICATORIA**

A Dios, a quien valoro en todos  
mis caminos.

A mis queridos padres que  
se merecen todo mi amor,  
mi aprecio y mis logros.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por darme las fuerzas y la constancia para alcanzar mis metas.

A mis queridos padres que siempre me han brindado su apoyo incondicional en este largo camino de la vida.

## 5. RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue: Identificar las oportunidades de rentabilidad que mejoren las posibilidades de las MYPE – caso de la empresa Comercial Ferretero Magno, Lima 2019. La metodología empleada en esta investigación fue no experimental – expo facto – descriptivo- analítica y cuantitativa. Para obtener la información se solicitó los estados financieros de la empresa de los períodos 2016 a 2018 para poder calcular y analizar los ratios relacionadas a la rentabilidad de la empresa. En tal sentido, se analizó los aspectos más resaltantes de la rentabilidad de la empresa y se propuso una mejora. Los resultados fueron los siguientes: El Rentabilidad financiera en los años 2016 a 2018 fueron 3.43%; 14.72% y 2.83%. Del mismo modo, la rentabilidad económica fue 10.01%; 24.84% y 12.97% en el mismo período. Llegando a la conclusión que en el período 2017, la rentabilidad de la empresa fue mejor que en los demás períodos estudiados.

***Palabras claves:*** Propuesta, Rentabilidad, Comercial Ferretero, Magno.

## **ABSTRACT**

The objective of this research was: Identify the profitability opportunities that improve the possibilities of the MYPE - case of the Commercial company Ferretero Magno, Lima 2019. The methodology used in this research was non-experimental - expo facto - descriptive- analytical and quantitative. To obtain the information, request the financial statements of the company from the 2016 to 2018 calculations in order to calculate and analyze the relationships related to the profitability of the company. In this regard, he analyzed the highlights of the company's profitability and proposed an improvement. The results were as follows: Financial profitability in the years 2016 to 2018 were 3.43%; 14.72% and 2.83%. Similarly, economic profitability was 10.01%; 24.84% and 12.97% in the same period. Coming to the conclusion that in the 2017 period, the profitability of the company was better than in the other periods studied.

**Keywords:** Proposal, Profitability, Commercial Hardware, Magno.

## 6. CONTENIDO

1. Título.....	iii
2. Equipo de Trabajo.....	iv
3. Hoja de firma de jurado y asesor.....	v
4. Dedicatoria y agradecimiento .....	vi
5. Resumen y Abstrac .....	viii
6. Contenido.....	x
7. Índice de tablas y figuras.....	xi
I. Introducción .....	1
II. Revisión de la literatura .....	4
2.1 Antecedentes .....	4
2.2 Bases Teóricas.....	10
III. Metodología. ....	25
3.1 Diseño de la investigación .....	25
3.2 Población y muestra.....	26
3.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores .....	26
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
3.5 Plan de análisis.....	24
3.6 Matriz de consistencia.....	25
3.7 Principios éticos .....	27
IV. Resultados .....	29
4.1 Resultados .....	29
4.2 Análisis de los resultados .....	31
V. Conclusiones .....	33
Recomendaciones.....	34
Referencias bibliográficas.....	35
Anexos .....	40
Anexo 1. Propuesta de mejora .....	40

## 7. INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

	Pág	
	.	
Tabla 1	Operacionalización de variables	23
Tabla 2	Matriz de consistencia	25
Tabla 3	Balance general de la empresa Comercial Ferretero Magno al 31 de diciembre de los períodos 2016-2017 y 2018	29
Tabla 4	Estado de ganancias y pérdidas de la empresa Comercial Ferretero Magno al 31 de diciembre de los períodos 2016-2017 y 2018	30
Tabla 5	Resumen del Estado de Ganancias y Pérdidas 2016 -2018	31
Tabla 6	Razones de rentabilidad	32

## TABLA DE FIGURAS

Figura 1	Representación gráfica de los estados de ganancias y pérdidas	Pág. 31
----------	---	------------

## I. INTRODUCCIÓN

Según Serna (2007), en Latinoamérica del 100% de empresas que desaparecen antes de cumplir los dos años de vida, el 34% es ocasionado por diversas razones, pero lo más significativo es que el 66% restante desaparecen por falta de capacitación y financiamiento adecuado y oportuno para iniciar, desarrollar y conservar su empresa, por lo tanto, es común que las MYPES empiecen sus operaciones sin capital suficiente para asegurar su éxito a futuro, haciéndolas menos competitivas y por ende menos rentables en el mercado.

En el Perú, las micro y pequeñas empresas adolecen de preparación técnica pues hacen sus actividades en la mayoría de los casos de forma empírica, aspecto que no las hace competitivas. Es por ello, que la capacitación es una de las columnas que debe sostener a este tipo de empresas, unido a ello se encuentra la poca credibilidad que tienen para el sistema financiero, factor que tampoco les permite crecer en el mercado donde interactúan y mucho menos pueden seguir creciendo, pues una empresa con capital de trabajo limitado tiene pocas probabilidades de mantenerse en el mercado y por ende en consecuencia estas empresas son poco rentables.

En esa misma línea, la problemática descrita se puede traducir en la siguiente pregunta de investigación: ¿Las oportunidades de rentabilidad, mejoran las posibilidades de las MYPE - caso de la empresa Comercial Ferretero Magno, Lima 2019?.

Sobre el objetivo general fue: Identificar las oportunidades de rentabilidad que mejoren las posibilidades de las MYPE – caso de la empresa Comercial Ferretero Magno,

Lima 2019. El objetivo general se ha desagregado en dos objetivos específicos que a continuación se mencionan:

Establecer las oportunidades de rentabilidad que mejoren las posibilidades de las MYPE – caso de la empresa Comercial Ferretero Magno, Lima 2019.

Describir las oportunidades de rentabilidad que mejoren posibilidades de las MYPE – caso de la empresa Comercial Ferretero Magno, Lima 2019.

Explicar la relación que existe entre la rentabilidad y la mejora de las posibilidades de las MYPE – caso de la empresa Comercial Ferretero Magno, Lima 2019.

Justificación teórica. La justificación teórica se basa en que la variable de investigación denominada rentabilidad, será sustentada de acuerdo a las teorías encontradas en la literatura existente, en las cuales también se tendrán en cuenta las dimensiones de la teoría.

Justificación práctica. En cuanto a la justificación práctica, esta investigación servirá para quienes estén interesados en instalar un negocio de este rubro, en este estudio se mostrará información relevante y útil para los emprendedores. Así también constituirá en la base para realizar otros estudios relacionados al tema y a partir de ello serán ampliados.

Justificación metodológica. Esta investigación se justifica metodológicamente porque empleará un enfoque cuantitativo, descriptivo, no experimental y transversal. En ese sentido será cuantitativo porque empleará herramientas estadísticas. Descriptivo porque registrará las características encontradas. No experimental porque registra la

información sin manipular las variables y finalmente será transversal porque el recojo de la información mediante la encuesta se realizará en un solo momento.

## II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

### 2.1 Antecedentes

Entre los antecedentes internacionales tenemos los siguientes:

A nivel internacional, se menciona la tesis de Ibarra (2019), quien presentó una investigación denominada: “Análisis financiero de los niveles de endeudamiento y repercusión en la rentabilidad de la empresa Insumed 2018”. Cuyo objetivo fue efectuar un análisis a la situación financiera de la empresa. La metodología para alcanzar dicho objetivo fue documental porque solo empleó los estados financieros de la empresa. de acuerdo al análisis de los estados financieros de la empresa se identificó que la empresa cuenta con capacidad de pago de los préstamos solicitados. Así también tiene capacidad de endeudamiento. En cuanto al ratio de liquidez, este presenta un valor de 0.21 por cada unidad monetaria. La prueba ácida muestra que 0.4. En cuantos a los indicadores de rentabilidad la empresa muestra los siguientes valores: Margen de utilidad: 0.54%; Margen de utilidad bruta: 0.63%. Rendimiento sobre los activos: 0.42%.

Castro, Sandoval y Mayer (2019), quienes realizan una investigación sobre “Análisis de la rentabilidad de las empresas florícolas en Ecuador”. El objetivo de la investigación fue determinar cuán rentables son las empresas de este rubro. La metodología empleada fue documental, las conclusiones a las que arriban los autores son: la variable que predice mejor la rentabilidad con el modelo propuesto son el costo de producción, productividad y precio de venta.

Gómez (2016), presentó la investigación denominada “Evaluación de los estados financieros de la ferretería J & J y su incidencia en la rentabilidad, periodo 2014 – 2015”,

cuyo objetivo fue determinar la rentabilidad de la empresa en los períodos mencionados. Para tal efecto tuvo en cuenta una metodología descriptiva y documental. Los resultados fueron que el 62% de las empresas en estudio obtuvieron utilidad en el período de estudio y 38% obtuvo pérdidas en su ejercicio. Por otro lado la empresas trabaja con capital propio. En la razón de liquidez la empresa presenta un valor de 3.17. En cuanto a la rotación de inventario, este muestra un valor de 1.56 veces al año. En cuanto al financiamiento por cada unidad monetaria de los activos está financiado por 0.41 centavos del pasivo. En cuanto a la rentabilidad, por cada dólar invertido la empresa obtiene una rentabilidad de 0.22.

Ramos (2014), realizó una investigación titulada “Sistema de costos y la rentabilidad en la microempresa de fabricación de bloques en el sector de la cangagua provincia de Cotopaxi”, que tuvo como objetivo analizar la influencia del sistema de costos en el nivel de rentabilidad de las microempresas del sector fabricación de bloques en la provincia de Cotopaxi. Se utilizó una metodología exploratoria y descriptiva. Obteniéndose los siguientes resultados: el 89% de los encuestados indican que el costo de su producto va a estar influencia por lo que ofrece la competencia, el 87% indican que deben considerar el valor de la factura del producto, el valor al que fue adquirido, el 67% opinan que el análisis de costos es un factor importante para la rentabilidad del negocio. Finalmente se concluye, que las empresas evaluadas no manejan una estructura de costos y la rentabilidad de sus negocios estaba basada en la experiencia y en lo que determina el mercado y la competitividad, los de influncian directamente al costo de sus productos y por ende el margen de utilidad.

A nivel nacional se tiene la tesis de González (2016), denominada:

“Caracterización del financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de productos de limpieza del hogar del distrito de Huaraz, 2014”, tiene por objetivo general determinar las características del financiamiento y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de productos de limpieza del hogar del distrito de Huaraz, 2014. La metodología empleada en esta investigación fue descriptivo, no experimental y transversal. Al final de la investigación la autora llega a los siguientes resultados más importantes: el 74% de los empresarios están entre 30 y 44 años, 78% de sexo femenino y 57 % tiene secundaria completa, 48% de las empresas tienen más de 10 años en el mercado y 83% son formales. Así también, 61% financia sus actividades con entidades no bancarias y 79% empleó el crédito en capital de trabajo, 36% de las empresas manifiestan que su rentabilidad mejoró con el otorgamiento del crédito.

En el nivel regional, se tiene la tesis de Burgos (2015), quien en la ciudad de Trujillo elabora la tesis sobre “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta de artículos de ferretería en general del distrito de La Esperanza, provincia de Trujillo, año 2014”, cuyo objetivo fue describir las principales características del financiamiento y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro venta de artículos de ferretería en general del distrito de La Esperanza, provincia de Trujillo, año 2014. Así también empleo una metodología descriptiva y llegó a los siguientes resultados: el 70% de los empresarios oscilan entre 26 a 60 años de edad y el 30% entre 18 a 25 años. 63% de los encuestados es de sexo masculino y 37% son de género femenino. 33% tienen grado de instrucción secundaria completa, 17% educación superior no universitaria y 17%

educación superior universitaria. En cuanto al estado civil, 36% son convivientes, 17% soltero, 27% casado y 20% divorciado. El 33% tienen dos años en el mercado y el 17% tienen más de 3 años de funcionamiento. Así también 77% son formales y 23% no son formales. 47% de las empresas tienen dos trabajadores y 53% tienen más de tres trabajadores. En cuanto al financiamiento: 87% obtienen financiamiento de terceros y 13% de sus mismos recursos. Del financiamiento de terceros 43% recurren a entidades no bancarias, 21% a prestamistas usureros, 13% a los bancos y 10% a otros sistemas. Los montos que solicitaron fue de 1001 a 5000 soles el 77% y el 23% entre 100 a 1000 soles. Estos créditos fueron pagados en el corto plazo el 46% y 37% en el largo plazo. Este crédito fue invertido en capital de trabajo el 30%, 20% en activos fijos, 10% en acondicionamiento del local y 40% en otros.

A nivel local se muestra la tesis de Nieto (2017), presento una tesis denominada “Factores de crecimiento y rentabilidad de las Mypes del Sector industrial del parque industrial Villa el Salvador- Lima, 2016”, teniendo como objetivo determinar los factores y su influencia en la rentabilidad de las Mypes en el sector industrial de Villa el Salvador. Utilizando una metodología de investigación de tipo no experimental, descriptiva y aplicada, se obtiene los siguientes resultados: en un 37% indican que el acceso al mercado competitivo es una consecuencia de la diversificación de productos, el 28% consideran que la toma de decisiones en el orden financiero promueven el desarrollo de la empresa, el 71% respondieron que ellos tienen acceso a nuevos mercado lo cual va en coincidencia con sus objetivos de crecimiento, el 35% consideran que se han posicionado en el mercado, el 29% están totalmente de acuerdo con la afirmación de que acceder a nuevos mercados les da la posibilidad de incrementar sus ventas y de tener nuevos

clientes, el 86% responden que es importante manejar información del mercado, mientras que el 43% se consideran experto en su rubro, el 80% creen que esta información y conocimiento le han ayudado a crecer como empresa, 69% de los encuestados dicen que su empresa ha tenido una alta rentabilidad en los últimos años. Se concluye que la rentabilidad de la organización viene dada por la capacidad de obtener créditos que le ayuden a aumentar su liquides, así como la información que manejan del mercado, conocer las necesidades de sus clientes, la diversificación de sus productos, consolidar su marca por medio de estrategias de publicidad, como internet, radio entre otros.

Flores (2016), elaboro un trabajo de investigación titulado “La rentabilidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas del rubro de ferreterías de la Av. Próceres de la Independencia, San Juan de Lurigancho – Lima, 2016”, en el cual se propone determinar la incidencia de la rentabilidad en la competitividad en la micro y pequeñas empresas del rubro ferretero de la avenida Próceres de la Independencia en San Juan de Lurigancho, Lima. La metodología de investigación fue de tipo descriptivo, con un nivel cuantitativo y una naturaleza cualitativa y una investigación no experimental. Se obtuvieron los siguientes resultados, relacionados a la variable rentabilidad: el 63% de los encuestados son los dueños de las Mypes, el 50% son personas naturales y el otro 50% son personas jurídicas, el 50% consideran que sus ventas diarias alcanzan niveles de ingresos regular, mientras que el 25% dice que son altas y el otro 25% indican que tienen bajas ventas; el 63% mencionan que solo en ocasiones ofrecen ofertas en sus productos nuevos, el 75% concentran sus inversiones de capital en la adquisición de productos nuevos en el mercado, 75% de los dueños de las Mypes indican que su negocio se encuentra en crecimiento según su consideración, el 63% opinan que la calidad de sus

productos es buena. En conclusión, se puede decir que estas micro y pequeñas empresas manejan grandes volúmenes de venta, generando una utilidad importante que las hace rentables; los factores que influyen esta situación, es la rotación de su inventario, el tener nuevos productos en stock, gran variedad de productos de diferentes marcas y tamaños, buscan aumentar su productividad, sin embargo, tienen como debilidades, la atención hacia el cliente, el desempeño de su personal y la falta de capacitación.

Santana (2016), presento un trabajo de investigación titulado “Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de la Mypes del sector comercio Rubro – Ferretería del centro Comercial Nicolini (pasajes 1-10), Distrito del Cercado de Lima, Provincia y Departamento de Lima, año 2015”, el cual tuvo como objetivo determinar las características del financiamiento y rentabilidad de las Mypes del sector comercio del rubro ferreterías del Centro Comercial Nicolini (pasajes 1-10), del Cercado de Lima. La metodología utilizada fue descriptiva no experimental, tomando como muestras 20 ferreterías a quienes se les aplico un cuestionario de 18 preguntas cerradas, por medio de encuestas, donde se obtuvieron los siguientes resultados: en cuanto al perfil de los empresarios, se tiene que el 80% de ellos son mayores de 31 años de edad, estado civil casados, el 40% son mujeres y el 60% son hombres, el 45% tienen una educación hasta secundaria mientras que el restante, 55% tiene grado de instrucción universitario; en relación a la Mypes, el 70% de ellas tienen alrededor de 5 años en el mercado, el 85% no superan los 3 trabajadores como mano de obra, el 95% están registradas en el Superintendencias Nacional de Aduana y de Administración Tributaria (SUNAT), el 100% cuentan con licencia de funcionamiento, el 70% son personas jurídicas y el 90% están inscritos en el régimen especial de rentas (RER), 100% indican que han mejorado su

rentabilidad y ventas luego de obtener un financiamiento y se consideran que sus empresas son actualmente rentables. Se concluye que: el financiamiento promueve la rentabilidad de estas organizaciones, debido a que gracias a esta inversión se puede manejar una alta rotación del inventario, cantidad y variedad de productos incrementando las ventas, el ingreso y el margen de ganancia y utilidad, lo que hace que el negocio sea muy rentable.

## **2.2 Bases Teóricas**

La presente investigación se abordará desde el punto de vista de la variable rentabilidad..

### **2.2.1 Rentabilidad**

De acuerdo a Sánchez (2002), la rentabilidad es “es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados” (p. 2).

Para Alberto (2006), “la rentabilidad es sinónimo de ganancia utilidad, beneficio. Se trata de un objetivo válido para cualquier empresa, ya que a partir de la obtención de resultados positivos ella puede mirar con optimismo no sólo su presente, que implica la supervivencia, sino también su futuro” (p. 12).

En tal sentido, se puede afirmar teniendo en cuenta los conceptos que preceden que la rentabilidad es un objetivo que todas las empresas buscan obtener pues depende de ella para que la empresa pueda mantenerse en un mercado altamente competitivo, si la empresa no ganara en ese mercado tienen que elaborar estrategias que le permitan cambiar de mercado o producto o estrategias que hagan su producto o servicio atractivo de tal

manera que pueda mantenerse en el mercado con cierto nivel de rentabilidad.

### 2.2.1.1 Niveles de análisis de la rentabilidad

El estudio de la inversión en una empresa se pueden analizar en dos niveles y ello está de acuerdo al tipo de resultado y de inversión, a continuación se analizan ambos niveles:

a. Rentabilidad económica. Este tipo de análisis se le conoce también como rentabilidad del activo y se realiza a la totalidad del capital, sin tener en cuenta el origen de la financiación y se verifica el resultado de aquella inversión comparándola con algún costo de oportunidad que previamente se ha planteado el inversionista. Este resultado se analiza antes de intereses. Este tipo de rentabilidad tiene por objetivo medir la eficacia de la empresa cuando ésta emplea sus inversiones. Para tal efecto se compara en el numerador del ratio es el activo total, seguido del denominador que en este caso sería el resultado neto contable. Este ratio es una variante del ROI (Return on investment), por lo que estas variaciones resultan ser a veces un poco confusas. Por otro lado, extraer del cálculo de la rentabilidad económica el impacto de los elementos financieros, sería como ignorar la capacidad de la organización para obtener recursos financieros, tenga esto un origen propio o externo, sean muy costosos o de mediano costo.

b. Rentabilidad financiera. Este análisis se realiza solamente a los fondos propios de la empresa después de los intereses para medir el rendimiento que ofrecen dicha inversión. Este representa un indicador de la capacidad de la empresa para

crear riqueza en favor de sus accionistas. Es por ello que el ratio de esta rentabilidad se formula tomando en cuenta en el numerador la riqueza de la empresa generada en un período y en el denominador se registra los aportes efectuados por los accionistas. También es importante mencionar que este ratio puede desagregarse en su componentes de forma más detallada.

### **2.2.1.2 Diferencia entre utilidad y rentabilidad**

La diferencia entre estos dos términos es que la rentabilidad es utilizada como una guía de acción, mientras la rentabilidad es la medida de eficiencia económica

Teniendo esto en cuenta como lo expresa Prada, (1988). “la utilidad o beneficio se deriva de la ganancia que una acción deriva y del aumento de satisfacción o disminución del malestar logrado; obtener utilidad es siempre el objetivo de toda acción humana, pero entendida la utilidad en un concepto amplio y no necesariamente mensurable (p.13).

A su vez el mismo autor define la rentabilidad como “el radio de la utilidad: inversión y sirve para evaluar el grado de eficiencia de los recursos invertidos en cuanto a la generación de utilidades” (p.15) complementándolo con una aclaración más práctica de ella donde afirma que la rentabilidad “es una dimensión monetaria de eficiencia que puede medir, en parte, el grado de satisfacción psíquicas de los individuos, pero en su totalidad...la rentabilidad adquiere importancia como elemento que sirve como guía de actuación.

En otros términos la utilidad es el valor del artículo vendido, debitando de él el costo de la materia prima y la depreciación, pagos a las personas contratados (como

salarios, intereses y arriendos). Enmarcando así a la ganancia como la retribución implícita a los factores aportados por los propietarios de los negocios o empresas. También la utilidad, es un ventaja o beneficio de orden económico adquirido por una empresa en el curso de sus actividades. Es la diferencia entre el precio al que se vende un producto y el costo del mismo. La ganancia es el fin básico de toda empresa o negocio. El objetivo es reducir sus costos lo más posible, generando a la vez a los demandantes de los bienes o servicios que produce para vender éstos al mayor precio posible.

Mientras la rentabilidad es la capacidad de generar abundante utilidad o ganancia; sabiendo que un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa o negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que costos. Otro punto de vista mucho más precisa de la rentabilidad es la de un índice que mide la relación entre la utilidad o la ganancia obtenida, y la inversión o los recursos que se utilizaron para obtenerla. Para obtener la rentabilidad se debe dividir la utilidad o la ganancia obtenida entre la inversión, y el resultado multiplicarlo por 100 para expresarlo en términos porcentuales o de porcentaje

Teniendo claro el significado de estos dos términos se puede interpretar a la rentabilidad como la capacidad que tiene algo para concebir suficiente utilidad o ganancia; dejando claro que un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos.

### **2.2.1.3 Rentabilidad de activos operacionales**

Prada, (1988). Expresa en su punto de estudio rentabilidad de activos operacionales, en cuanto a interpretación y deducción dice “que la rentabilidad es un coeficiente que mide la utilidad generada por una inversión: en términos empresariales rentabilidad de activos es la utilidad operativa que rinde cada unidad de activo operacional... en consecuencia la rentabilidad de activos indica el grado de eficiencia de los activos operacionales para generar beneficios” (p.23).

Bajaras (2008) expresa que: “la rentabilidad de los activos a partir de la utilidad operativa o utilidad ante de interés impuesto es un indicador principal sobre el que se pueda estudiar los factores que inciden favorablemente o desfavorablemente en un proceso de rentabilidad de la empresa” (p.120).

En cuanto a las políticas de rotación el mis autor expresa que “el concepto de rotación es el resultado de decisiones interrelacionadas y complementarias” (p.27).

Mientras que expresa que las políticas de margen de beneficios “es igual al beneficio ante de intereses e impuesto generado por cada peso venido. Cualquier en el margen se transforma en un incremento de la rentabilidad. Por lo tanto su administración es vital para el funcionamiento de la empresa” (p.32).

La Rentabilidad Sobre Activos o ROA por sus siglas en inglés, es un indicador de cómo las empresas manejan los activos existentes por tanto van generando ganancias. Si la rentabilidad sobre activos es baja o mínima, la gerencia quizás sea deficiente mientras que si es alta demuestra que la empresa tiene un buen funcionamiento de manera eficiente.

Esta rentabilidad (ROA) es un ratio financiero que mide la capacidad de producir ganancias. Tomando en cuenta dos factores a) los recursos propiedad de la empresa b) el beneficio neto obtenido en el último ejercicio.

La utilidad del ROA permite saber si la empresa está usando eficientemente sus activos además que permite observar si el indicador va subiendo en el tiempo, es una buena señal. Pero de lo contrario si este decae, se deben aplicar acciones que permitan mejorar la gestión de los recursos. Una opción es reducir costos, para incrementar la utilidad neta. De igual manera se puede aumentar la rotación de los activos. En otras palabras, se agiliza las transacciones de tal manera que quede menos stock paralizado de mercadería sin vender. Por otra parte se puede incrementar el ROA aumentando el valor para generar más ingresos. No obstante, es válido solo si la empresa tiene margen para encajear sus productos sin perder clientes.

Otro punto importante es que el ROA sirve para comparar diferentes opciones de inversión, siempre y cuando las empresas pertenezcan al mismo sector o a negocios distintos donde el nivel de inversión que se necesite sea similar.

#### **2.2.1.4 Rentabilidad del empresario**

Cuando se habla de rentabilidad empresarial es punto de referencia a la capacidad que posee una empresa para producir beneficios suficientes, en cuanto a sus ventas, activos o recursos propios, para considerarse rentables. En otras palabras, que la diferencia entre los ingresos y gastos sea suficiente para mantenerse sostenible en el transcurrir del tiempo y seguir desarrollándose. Lo más favorable posible a la hora de calcular la rentabilidad y

evaluar la relación que existe entre las utilidades y los beneficios, y los recursos que han utilizado para adquirirlo.

Una forma de ayudar al empresario a estar orientado en este tema es llevado a cabo un estudio de la rentabilidad empresarial el cual permite calcular la rentabilidad empresarial realizándose un estudio donde se tienen en cuenta indicadores, índices y ratios, como son el resultado de explotación en relación a las ventas, el ratio del resultado neto en relación con las ventas, la rentabilidad del activo y la rentabilidad de los recursos propios.

Pero a nivel más general se estudiar la rentabilidad empresarial dividiéndola en dos grandes áreas a estudiar el primero en función de la rentabilidad económica o más conocida por las siglas ROI que trata del análisis de la rentabilidad obtenida por los activos de una empresa. Por ello se analiza el resultado obtenido por la empresa antes de intereses, un resultado conocido o previsto, teniendo en cuenta la totalidad de los capitales económicos empleados para obtener ese resultado ignorando cual es el origen de los mismos. Efectivamente esta parte del análisis de la rentabilidad empresarial representa el rendimiento que corresponde a la inversión realizada por la empresa.

En función de la rentabilidad financiera o más conocida por las siglas ROE el análisis se ejecuta en función a un resultado esperado seguidamente de intereses. Además, sirve para obtener la rentabilidad empresarial a partir de la rentabilidad financiera se calcula en base a una correlación entre los fondos propios de la empresa y el beneficio neto obtenido antes de impuestos, todo ello es finalmente multiplicado por cien para que quede representado en forma de porcentaje. Resaltando que la relación existente entre la

rentabilidad financiera y la rentabilidad económica para calcular la rentabilidad empresarial es el denominado apalancamiento financiero.

Es recomendable preparar a los empresarios antes de hacer cualquier tipo de inversión, permitirse varias cosas entre las cuales encontramos la claridad, es decir, si no tienes un plan de acción para tu negocio, este es el momento. Proyecta una idea de negocio con objetivos claros y precisos, y diseña una estructura que será guía de tu proyecto comercial. Seguidamente, debe hacer mediciones, para ello debe renovar los sistemas de trabajo, permitiendo que las cosas se realicen de otra manera. Escucha las opiniones de tu equipo, analiza la situación del negocio y las acciones ejecutadas hasta la fecha: ¿qué te ha dado resultado y qué no?. El Marketing te servirá para Convertirte en un dueño de negocio activo, implementando estrategias de marketing efectivas. No dejes de publicitar tu marca. Analiza el mercado y observa las necesidades de tus clientes potenciales. ¿Cuáles son las estrategias que te beneficiarán?.

Los equipos de trabajo serán el principal promotor, el personal debe estar bien instruido acerca de la planificación o proyecto que llevaras a cabo puesto que la falta de información en cuanto a los objetivos del negocio podría encarecer tu proyecto y seguramente encontrarás fallas en los procesos. Constantemente deben ser entrenados y capacitados ya que ellos son el principal activo, por tal motivo, si reciben entrenamiento constante te darán mayores rendimientos. Si dedicas dinero y esfuerzo en renovar tu equipo tecnológico, ¿por qué no darle el mismo interés a tu equipo de trabajo?.

### **2.2.1.5 Rentabilidad en un contexto de teoría financiera**

Parada, (1988). Expresa “en esta teoría financiera moderna se pone en acento de todas las políticas de la empresa sobre la motivación financiera del accionista, el cual muchas veces es externo a la empresa...desarrollado modelos de evaluación de precios de activos financieros y que contribuyen instrumentos de análisis de las decisiones financieras, mostrando modelos con muy buenas virtudes pedagógicas.” (p.147).

Teoría financiera, o simplemente finanzas, es el término que empleamos para hacer referencia al cuerpo de conocimientos que explica la dinámica financiera de la empresa y nos aporta modelos y criterios para tomar decisiones en esta área.

Las finanzas son el arte y la ciencia de administrar dinero, por tanto se ocupan de los procesos, instituciones, mercados e instrumentos implicados con la transferencia de dinero entre los individuos, las empresas y los gobiernos. La importancia de las finanzas se ve constantemente subrayada por los importantes desarrollos que ocurren en los mercados financieros, teniendo entre las principales áreas de las finanzas la administración financiera, interesada en la adquisición, financiamiento y administración de los activos, con un objetivo globalizado. Normalmente este objetivo es la maximización del precio de las acciones comunes de la empresa y para ello se deben considerar dos aspectos importantes que son la responsabilidad social y la ética.

Dentro de sus funciones básicas están la inversión, el financiamiento y las decisiones sobre dividendos de una organización. Así la función de decisiones de la administración financiera puede dividirse en tres dimensiones; decisiones de inversión, financiamiento y administración de activos.

La elevada competencia corporativa, los cambios tecnológicos, la volatilidad de las tasas de interés y en la inflación, la incertidumbre económica mundial y las inquietudes éticas sobre ciertos negocios financieros deben tratarse sobre una base prácticamente diaria y requieren de gran flexibilidad. La distribución eficiente de los recursos de una economía es fundamental para su crecimiento óptimo

De reojo, esta teoría no suena agradable ni motivador. No obstante, las finanzas forman parte de nuestro día a día. En este entorno existen empresas que, como Google, se han convertido en referentes mundiales gracias a algo tan exótico como un algoritmo, que en particularidad es un conjunto de modelos analíticos tiene grandes edificios, maquinaria, inventarios, de hecho tampoco deuda, pero sí encontraremos ingentes bases de conocimiento y otros activos intangibles. Como otro ejemplo encontramos a amazon pasa por ser un paradigma del comercio electrónico, pero curiosamente este negocio le reporta pérdidas - su beneficio proviene principalmente de servicios de cloud computing destinados a empresas sin duda utiliza servicios basados en la tecnología de blockchain. Los clientes de las entidades financieras gestionan sus operaciones personalmente a través de APP móviles, y muchas entidades financieras simplemente carecen de red de oficinas.

#### **2.2.1.6 Rentabilidad empresarial**

Se habla de rentabilidad empresarial para referirse a la capacidad que tiene una empresa para generar los beneficios suficientes, en relación con sus ventas, activos o recursos propios, para ser considerada rentable. Es decir, que la diferencia entre sus ingresos y sus gastos es suficiente como para mantenerse en el tiempo de manera sostenible y seguir

creciendo. Lo más eficiente a la hora de medir una rentabilidad es evaluar la relación que existe entre sus utilidades y sus beneficios, y los recursos que han utilizado para obtenerlo.

La rentabilidad es una de las variables fundamentales para pyme y empresas. La rentabilidad económica de una empresa se define como la capacidad de medir los beneficios que una empresa ha producido por unidad monetaria invertida en los activos que tiene esa empresa. En la rentabilidad económica de una empresa intervienen factores como el margen y rotación de los activos. El margen es la parte de las ventas que pasa a ser beneficio empresarial. La rotación de los activos es lo que se vende por unidad monetaria invertida en el activo. El concepto de rentabilidad es bastante amplio y no solo refleja la solvencia o la liquidez de una empresa. También es una magnitud que analiza la capacidad que tiene una empresa para devolver los retornos al negocio a los accionistas

Según las estadísticas 82% de la rentabilidad de una empresa depende del capital humano, es decir profesionales con habilidades blandas para motivar, saber escuchar, estar actualizado con la legislación laboral, adaptarse al cambio y ser comunicativo e innovador, conocidos como el recurso humano de las empresas. Teniendo en cuenta la gestión del talento humano se está convirtiendo en la base para el éxito de las organizaciones modernas. Los individuos son los protagonistas del cambio ya que suman en gran escala al logro de las metas empresariales.

El empresario debe tener dentro de sus prioridades lograr que los trabajadores se sientan parte de la empresa creando en ellos un espíritu de lealtad, compromiso y sobre todo sentido de pertenencia, ya que así es la mejor manera de asegurar su participación, sintiéndose dueños de la organización.

### **2.2.2 Estrategias operativas para mejorar el rendimiento**

De acuerdo a Parada (1988), en la rentabilidad existen dos variables para mejorar el rendimiento de los activos. Estas son la modificación de márgenes y/o modificación de rotaciones. En ambos casos se ha analizado que están relacionados. Si es así, por lo tanto corresponde emplear estrategias que modifiquen el rendimiento de los activos.

**Tácticas para mejorar el margen en beneficios.** En este caso se puede mencionar las siguientes estrategias:

- a) Aumento de las ventas, deben ser mayores al aumento de los costos. Visto desde un punto de vista externo, ello podría resultar ser fácil de verlo, la pregunta es cómo obtenerlo. La respuesta se da en cuán eficiente es la empresa en este aspecto y la manera de cómo administra sus costos para que estos sean óptimos. Ello puede significar que el precio del producto se incremente sin que los costos hagan lo mismo. Ello podría significar en los estados financieros un incremento de las ventas aunque en cantidad de unidades vendidas no signifique lo mismo. Por lo contrario se puede realizar un incremento de las ventas, mediante el incremento de la venta en unidades y ello significaría una eficiencia en la fuerza de ventas, ello significaría que el empleo de los activos fijos y de los insumos para la elaboración del producto también sean eficientes y no se incrementen, sino al contrario se mantengan o disminuyan por un efecto de mayores unidades, menores costos. En conclusión a todo ello, se puede traducir que para aumentar la rentabilidad de acuerdo a esta estrategia se requiere aumentar las ventas sin necesidad de que los costos también se incrementen. En tal sentido, se debe tomar decisiones en base a

los siguientes elementos: precios de venta, cantidad producida y vendida y nivel de costos fijos y variables. Lo que se aplique para mejora estos indicadores dependen de factores internos y externos que la empresa debe procesar. Estos factores internos, se refieren a: estructura de costos de la empresa, nivel de actividad esperada de la empresa, inversión que se requiere y también verificar la estructura de financiamiento, también tiene que ver con la tasa de crecimiento que la empresa se proyecta en sus objetivos y por último la capacidad del personal o del potencial humano. En cuanto a los factores externos, ellos se refieren a: distribución de las posibles ventas en los clientes potenciales de la empresa, definir aspectos relacionados al producto, comercialización y otros relacionados al mercado que se va atender, analizar también la oferta del mercado correspondiente a los productos que también se comercializan del rubro de la empresa, analizar el riesgo del sector en el que está inmerso la empresa y por último analizar la elasticidad de la demanda, entre otros aspectos relevantes.

b) Disminución de las ventas en menor proporción que una probable caída en los costos. Cualquier caída en las ventas debe ser directamente proporcional a la disminución de los costos para que no haya diferencias o disminución de los beneficios de la organización. algunas de las posible causas registradas para que se presente esta situación son: inflación o disminución en la economía del país, ingreso de productos sustitutos al mercado, ingreso de otros competidores, disminución en la fuerza de ventas, entre otros aspectos. Entre estas causas mencionadas, algunas de ellas afectan a la empresa en el corto plazo y otras en el largo plazo.

Disminución de los costos con ventas constantes. En algunos casos se espera que los productos sigan su curso de ventas en cuanto al precio o a la cantidad vendida. Pensar de esa forma implica que haya condiciones favorables para la empresa, es decir que no hay competencia significativa. Pero también sucede en un mercado competitivo donde la competencia no permite que el precio se vea alterado por razones que todos los productos son iguales sin diferenciación y por lo tanto todos tienen un precio estándar. De acuerdo a este contexto, sin poder subir los precios, lo único que debe hacer la empresa es buscar la forma de disminuir los costos de dichos productos y de esta manera aumentar su rentabilidad. A ello es importante que la empresa busque nuevas formas de proceso o en todo caso mejorar la tecnología.

### 2.2.3 Marco conceptual

**Competencias.** Es el conjunto de conocimientos, habilidades y destrezas que posee un individuo para determinada actividad.

**Costo de capital.** Lawrence (2003), explica “que el costo de capital se utiliza para selecciones inversiones de capitán que incrementen el valor del accionista. Al aplicar las técnicas de valor presente neto y la tasa interna de rendimiento” (P.389).

**Financiamiento.** Es el conjunto de medios monetarios que obtiene una empresa de diferente fuente, sea esta bancaria o no bancaria, en términos generales de terceros para financiar las actividades diarias de la empresa.

**Rentabilidad.** Es la diferencia entre los costos y los ingresos, a esa diferencia le llamamos utilidad, si a esta utilidad lo expresamos en porcentaje, le llamamos rentabilidad.

**Rentabilidad económica.** “La rentabilidad económica (ROI) mide la capacidad de generar beneficios que tienen los activos totales de una empresa sin tener en cuenta la manera en que se han financiado y el coste que han supuesto para la empresa” (MytripleA, párr. 2).

**Rentabilidad financiera.** “La rentabilidad financiera (ROE) mide la capacidad que tienen los fondos propios de la empresa para generar beneficios, es decir la rentabilidad de los accionistas” (MytripleA, párr. 1).

**Utilidad.** Parada, (1988). “la utilidad o beneficio se deriva de la ganancia que una acción deriva y del aumento de satisfacción o disminución del malestar logrado; obtener utilidad es siempre el objetivo de toda acción humana, pero entendida la utilidad en un concepto amplio y no necesariamente mensurable (p.13).

### **III. METODOLOGÍA.**

#### **3.1 Diseño de la investigación**

En lo referente al diseño de la investigación éste fue no experimental – expo facto – descriptivo- analítica y cuantitativa.

Fue no experimental porque no se pretende manipular intencionalmente las variables de investigación. Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), “son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p. 152).

Fue expo facto porque los datos recogidos fueron en base a eventos ocurridos en períodos anteriores. La tesis será descriptiva, porque sólo registrará los hechos que se dan en la realidad. Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación descriptiva “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p 98).

Según su tendencia esta investigación fue de tipo analítica, porque se analizó los estados financieros de la empresa Comercial Ferretero Magno, en los períodos 2017 al 2018.

Será cuantitativo pues para el procesamiento de la información se empleará técnicas y herramientas estadísticas. Para Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación cuantitativo “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de

comportamiento y probar teorías” (p. 4).

El diseño de la investigación mostrada de forma gráfica se verá de la siguiente manera:



Donde:

M : Representa la muestra

O : Representa lo que observamos

### **3.2 Población y muestra**

#### **Población:**

La población estará conformada por una empresa denominada Comercial Ferretero Magno. Según Hernández y Mendoza (2018), es el “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 199).

#### **Muestra**

La muestra estará conformada por una empresa denominada Comercial Ferretero Magno. Hernández y Mendoza (2018), la define como “un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (p. 196).

### **3.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores**

Tabla 1

*Operacionalización de la variable Rentabilidad*

Variable		Definición operacional			Técnicas e instrumentos de recolección de datos
		DIMENSIÓN		INDICADOR	
Denominación	Definición conceptual	Denominación	Definición	Denominación	
Rentabilidad	Sánchez (2002), la rentabilidad es “es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados” (p. 2).	Rentabilidad económica	Se refiere a la rentabilidad del activo.	ROA = (Beneficios antes de intereses e impuestos / Activo total) x 100	
		Rentabilidad financiera	Este análisis se realiza solamente a los fondos propios de la empresa después de los intereses para medir el rendimiento que ofrecen dicha inversión.	ROE = (Beneficio neto / Fondos propios) x 100	

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **Técnicas**

Se aplicó el análisis documental, porque se empleó los estados financieros de la empresa Comercial Ferretero Magno. Baena (2017) indica que la “encuesta es la aplicación de un cuestionario a un grupo representativo del universo que estamos estudiando” (p. 82).

#### **Instrumentos**

Se empleó como instrumento una hoja de trabajo para recolectar los datos contenidos en los estados financieros de la empresa Comercial Ferretero Magno. Para Hernández y Mendoza (2018), “Recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene enfrente” (p. 228).

### **3.5 Plan de análisis**

La información obtenida de los estados financieros fueron sometidos a los ratios financieros y de rentabilidad. Posteriormente se presentaron en tablas y gráficos de barras para poder analizarlos e interpretarlos.

### 3.6 Matriz de consistencia

Tabla 2

*Matriz de consistencia.*

<b>Título:</b> Propuesta de mejora de los factores relevantes de la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas nacionales - caso de la empresa Comercial Ferretero Magno, Lima 2019.					
<b>Pregunta de investigación</b>	<b>Objetivos de investigación</b>	<b>Variables</b>	<b>Población y muestra</b>	<b>Metodología</b>	<b>Instrumentos y procedimiento</b>
¿Las oportunidades de rentabilidad, mejoran las posibilidades de las MYPE - caso de la empresa Comercial Ferretero Magno, Lima 2019?	<p>Identificar las oportunidades de rentabilidad que mejoren las posibilidades de las MYPE – caso de la empresa Comercial Ferretero Magno, Lima 2019.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Establecer las oportunidades de rentabilidad que mejoren las posibilidades de las MYPE – caso de la empresa Comercial Ferretero Magno, Lima 2019.</p> <p>Describir las oportunidades de rentabilidad que mejoren posibilidades de las MYPE – caso de la empresa Comercial Ferretero Magno, Lima 2019.</p> <p>Explicar la relación que existe entre rentabilidad que mejoren las posibilidades de las MYPE – caso de la empresa Comercial Ferretero Magno, Lima 2019.</p>	Rentabilidad	<p><b>Población:</b> 01 MYPE.</p> <p><b>Muestra:</b> 01 MYPE.</p>	<p><b>Tipo de investigación:</b> Analítica</p> <p><b>Nivel de investigación:</b> No experimental, ex post facto</p> <p><b>Diseño:</b> Descriptivo/ correlacional.</p>	<p><b>Técnica:</b> Análisis documental.</p> <p><b>Instrumento:</b> Hoja de trabajo</p> <p><b>Procedimiento:</b> Uso del programa Excel</p>

Elaboración propia.

### **3.7 Principios éticos**

El código de ética de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, menciona lo siguiente: (Uladech, 2016, p. 2).

**Protección a las personas.** Se refiere al grado de confidencialidad, privacidad y respeto hacia las personas que participan en la investigación.

**Beneficencia y no maleficencia.** El investigador debe buscar el beneficio de las personas que colaboran con la información recolectada que da cuerpo al estudio de investigación, con el propósito de no dañar o causar efectos negativos en ellas, en consecuencia, de su aporte.

**Justicia.** El investigador debe asegurarse de realizar juicios certeros y objetivos, basándose en criterios viables para la toma de decisiones e interpretación de resultados. Debe considerar el mismo trato para todas las personas involucradas en la investigación, para no inclinar los resultados hacia objetivos preestablecidos.

**Integridad científica.** El investigar debe ser justo y objetiva al momento de manejar los resultados de la investigación, debe evitar involucrar sus prejuicios ya que podría desviar los objetivos y transparencia de la investigación. La investigación debe realizarse partiendo de una información confiable y certera, debe aclarar conflictos que puedan afectar el curso de los resultados investigados.

**Consentimiento informado y expreso.** Debe presentar la autorización de las personas e instituciones que han prestado apoyo y aportada información a la investigación. Para ello

debe tener la publicación de voluntad de las partes que estuvieron involucradas, de forma clara, específica y fidedigna.

## IV. RESULTADO

### 4.1 Resultados

Tabla 3.

*Balance general de la empresa Comercial Ferretero Magno al 31 de diciembre de los períodos 2016-2017 y 2018.*

	31/12/2018	31/12/2017	31/12/2016
<b>ACTIVO</b>			
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
Efectivo y equivalente de efectivos	4,070.92	186,998.97	10,332.84
Cuentas por Cobrar Comerciales Netos	136,620.97	126,782.58	146,408.83
Cuentas por cobrar socios/personal	0.00	4,183.75	574.76
Cuentas por cobrar diversas	29,889.53	19,124.81	13,335.85
Existencias	73,097.80	86,733.63	17,075.36
Servicios y otros contratados por adelantado	5,517.15	14,806.06	9,952.18
Crédito tributario	11,461.29	48,399.00	11,824.09
Anticipos a proveedores	5,102.92	1,182.46	0.00
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>265,760.57</b>	<b>488,211.26</b>	<b>209,503.90</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>			
Inmueble, maquinaria y equipo, neto	15,443.43	15,443.43	1,264.62
Depreciación acumulada	-3,245.18	-1,592.30	-527.94
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>12,198.25</b>	<b>13,851.13</b>	<b>736.68</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>277,958.82</b>	<b>502,062.39</b>	<b>210,240.58</b>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>			
<b>PASIVO CORRIENTE</b>			
	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
Tributos y Aportes al Sistema de Pensiones	4,056.05	11,738.61	9,138.84
Remuneraciones y participaciones	18,409.53	16,960.40	1,993.94
Ctas por pagar comerciales	144,064.22	306,063.71	148,660.98
Ctas por pagar diversas terceros	28,032.75	44,040.27	41,545.57
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>194,562.54</b>	<b>378,802.98</b>	<b>201,339.32</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>			
Obligaciones Financieras a largo plazo	0.00	0.00	0.00
Cuenta por Pagar a Accionistas	0.00	0.00	0.00
Pasivo por impuesto a las ganancias diferida, neto	0.00	0.00	0.00
<b>TOTAL PASIVO NO CORRRIENTE</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
<b>PATRIMONIO</b>			
Capital Social	8,776.54	9,577.58	625.00
Reserva legal	1,755.25	125.00	0.00
Utilidades acumuladas	70,595.35	125.00	1,242.88
Gastos de años anteriores	0.00	0.00	-177.87
<b>Resultados acumulados</b>	<b>2,269.15</b>	<b>113,556.83</b>	<b>7,211.25</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>83,396.28</b>	<b>123,384.41</b>	<b>8,901.26</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>277,958.82</b>	<b>502,187.39</b>	<b>210,240.58</b>

*Fuente.* Balance general de la empresa de los períodos 2016-2017 y 2018.

Los estados financieros obtenidos de la empresa para la elaboración del análisis, son el balance general y el estado de ganancias y pérdidas de los períodos 2016; 2017 y 2018. Dicha información se expresó en soles y de acuerdo a la información mostrada en la tabla 3, el mejor período de la empresa fue el año 2017. En el análisis vertical y horizontal se podrá apreciar y analizar con mayor detalle esta información.

Tabla 4.

*Estado de ganancias y pérdidas de la empresa Comercial Ferretero Magno al 31 de diciembre de los períodos 2016-2017 y 2018.*

<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>
	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>S/.</b>
Ventas Netas (ingresos operacionales)	484,759.25	893,425.62	287,252.75
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>484,759.25</b>	<b>893,425.62</b>	<b>287,252.75</b>
Costo de Ventas ( operacionales)	-334,451.25	-638,659.09	-176,758.00
<b>Total Costos Operacionales</b>	<b>-334,451.25</b>	<b>-638,659.09</b>	<b>-176,758.00</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>150,308.00</b>	<b>254,766.54</b>	<b>110,494.75</b>
Gastos de Ventas	0	0.00	-332.50
Gastos de Administración	-118,685.50	-150,447.57	-90,968.25
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>31,622.50</b>	<b>104,318.97</b>	<b>19,194.00</b>
Gastos financieros	-27,277.25	-27,134.50	-13,034.75
Ingresos diversos	0	6,932.50	4,464.75
Ingresos financieros	4428.25	20,391.25	1,846.75
<b>Total ingresos y gastos financieros</b>	<b>-22,849.00</b>	<b>189.25</b>	<b>-6,723.25</b>
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>8,773.50</b>	<b>104,508.22</b>	<b>12,470.75</b>
<b>Impuesto a la renta</b>	<b>-905.00</b>	<b>-30,088.00</b>	<b>-5,259.50</b>
<b>Utilidad ( Perdida) Neta del ejercicio</b>	<b>7,868.50</b>	<b>74,420.22</b>	<b>7,211.25</b>

*Fuente.* Estado de ganancias y pérdidas de la empresa de los períodos 2016-2017 y 2018.

Como se puede apreciar en el estado de ganancias y pérdidas de la empresa ferretera, se tiene que en el período 2017 se reafirma que fue el mejor año para la empresa en estudio.

## 4.2 Análisis de los resultados

### 4.2.1 Análisis de los resultados de los Estados Financieros

Tabla 5. Resumen del Estado de Ganancias y Pérdidas 2016 -2018

<b>Comercial Ferretero Magno</b>		
<b>ANÁLISIS AL ESTADO DE RESULTADOS 2016 -2017 -2018</b>		
2016	2017	2018
<b>TOTAL INGRESOS</b>		
287,252.75	893,425.62	484,759.25
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		
110,494.75	254,766.54	150,308.00
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>		
19,194.00	104,318.97	31,622.50
<b>UTILIDAD NETA</b>		
7,211.25	74,420.22	7,868.50

Fuente. Activos del Balance general de la empresa de los períodos 2016-2017 y 2018.

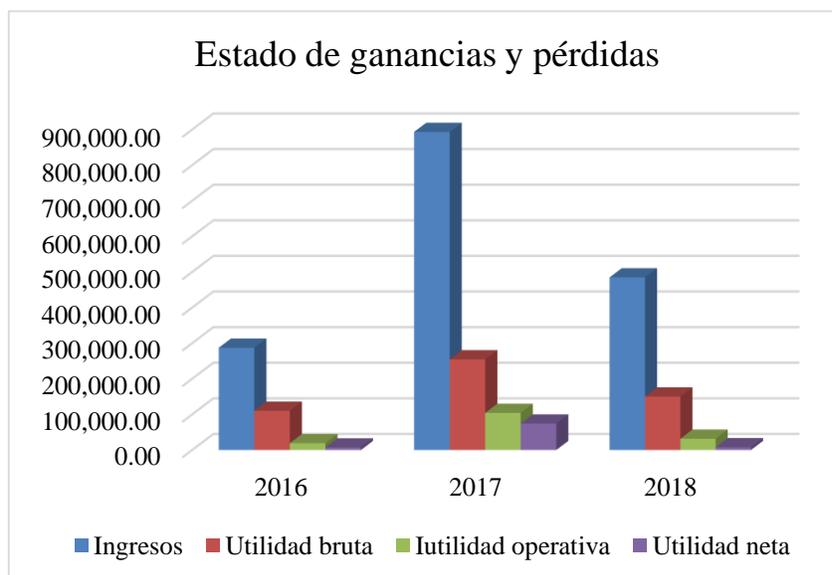


Figura 1. Representación gráfica de los estados de ganancias y pérdidas

Fuente. Estado de Ganancias y Pérdidas de la empresa de los períodos 2016-2017 y 2018.

#### 4.2.2 Análisis a través de ratios financieros

Para el análisis de la rentabilidad de la empresa Comercial Ferretero Magno, se emplearon ratios financieros, teniendo en cuenta que los únicos ratios financieros que se emplearán son aquellos que están directamente relacionados con la rentabilidad de la empresa.

Tabla 6. Razones de rentabilidad

Razones de rentabilidad	2016	2017	2018	Interpretación
Margen de utilidad bruta	38.47% Los costos de venta son cubiertos con el 61.53% de las ventas.	28.52% Los costos de venta son cubiertos con el 71.48% de las ventas.	31.01% Los costos de venta son cubiertos con el 68.99% de las ventas.	En el 2016 se necesitó menor porcentaje para cubrir el costo de ventas de la empresa.
Margen de utilidad en operaciones	7% La empresa emplea el 7% de las ventas para cubrir los costos operativos	12% La empresa emplea el 12% de las ventas para cubrir los costos operativos	7% La empresa emplea el 9% de las ventas para cubrir los costos operativos	En el 2016 y 2018 la empresa empleaba menor porcentaje de las ventas para cubrir los costos operativos
Margen de utilidad antes del impuesto	4% Las ventas representan el 96% de los ingresos después de pagar los impuestos.	12% Las ventas representan el 88% de los ingresos después de pagar los impuestos.	2% Las ventas representan el 98% de los ingresos después de pagar los impuestos.	En el 2018, la empresa se quedaba con mayor porcentaje de ventas después de pagar los impuestos.
Margen de utilidad neta	3% Los propietarios han obtenido 3% de utilidad por operar en la empresa.	8% Los propietarios han obtenido 8% de utilidad por operar en la empresa.	2% Los propietarios han obtenido 2% de utilidad por operar en la empresa.	En el 2017 los propietarios obtuvieron mayor porcentaje de utilidad por operar en la empresa.
Rendimiento sobre activos (ROE)	3.43% La empresa ha obtenido 3.43% sobre la inversión realizada en ese período.	14.82% La empresa ha obtenido 14.82% sobre la inversión realizada en ese período.	2.83% La empresa ha obtenido 2.83% sobre la inversión realizada en ese período.	En el 2017 la rentabilidad obtenida sobre la inversión fue superior al 2016 en 11.39% y 11.99% en el 2018.
Rendimiento del capital o del patrimonio	81.01% La rentabilidad que obtiene el accionista en este	60.32% La rentabilidad que obtiene el accionista en este	9.44% La rentabilidad que obtiene el accionista en este	Los accionistas obtuvieron mejor rentabilidad en el 2016.

	período es de 81.01%.	período es de 60.32%.	período es de 9.44%.	
Rendimiento económica (ROA)	10.01% El rendimiento obtenido por los accionistas en el año 2016 es de 10.01% respecto a los activos utilizados.	24.84% El rendimiento obtenido por los accionistas en el año 2017 es de 24.84% respecto a los activos utilizados.	12.97% El rendimiento obtenido por los accionistas en el año 2018 es de 12.97% respecto a los activos utilizados.	En el año 2017 los accionistas obtuvieron mejor rendimiento sobre sus activos y llegaron hasta 14.83% por encima del período 2016 y de 11.87% por encima del 2018.

## V. CONCLUSIONES

**Primera.** Las oportunidades de rentabilidad que mejoran las posibilidades de la MYPE en el caso de la empresa Comercial Ferretero Magno, Lima 2019, se pueden dar en la rentabilidad económica y rentabilidad financiera.

**Segunda.** En cuanto a la rentabilidad económica, la empresa Comercial Ferretero Magno, tiene oportunidad de mejorar las posibilidades, incrementando su rentabilidad económica y financiera. Ello se dará aumentando el número de clientes, los cuales deben ser empresas industriales, en otras palabras debe incrementar sus ventas, para ello debe elaborar un plan de ventas por mes y mejorar su fuerza de ventas.

**Tercera.** La relación que existe entre la rentabilidad y la posibilidad de mejora de la empresa Comercial Ferretero Magno, radica en que el aumento de la rentabilidad de la empresa implica el crecimiento de la misma. Sobre este tema se ha elaborado una propuesta de mejora de la rentabilidad de la empresa, la cual se muestra en el anexo 1.

## **Recomendaciones**

La empresa debe disminuir los costos de los materiales que compra y también los gastos que incurre en el desarrollo de su gestión y que no representan demasiada importancia a la organización. En ese sentido debe eliminar aquellos productos que no tienen mucha rotación o son de poca rentabilidad y eliminar actividades en la empresa que no son actividades que aportan a la organización.

La empresa debe manejar adecuadamente su estructura de capital. En tal sentido, esta estructura debe contemplar financiamiento de proveedores, financiamiento de bancos y financiamiento del empresario. Así también debe considerar la reinversión de utilidades.

Elabore un plan de mercadeo enfocado en el incremento de las ventas, para ello debe contar con una fuerza de ventas que visite las empresas industriales, las cuales compran en grandes cantidades, teniendo como desventaja que se deben dar a créditos que oscilan entre 15 a 60 días. Para ello debe obtener el financiamiento de las empresas de factoring, para no quedarse sin liquidez, desabastecido de mercadería y cumplir con los proveedores que le han facilitado la mercadería.

## Referencias bibliográficas

Alberto Faga, H. (2006). *Cómo profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales*. Ediciones Gránica S.A. Argentina.

Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?isbn=9506414718>

Archiles Moubarak, A. (2008). *Teoría De La Utilidad Esperada*. Facultad de Economía y Negocios. Chile. Recuperado de

[www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2008/archiles\\_a/sources/archiles\\_a.pdf](http://www.tesis.uchile.cl/tesis/uchile/2008/archiles_a/sources/archiles_a.pdf)

Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. Tercera edición. Grupo Editorial Patria.

Barajas Novoa, A. (2008). *Finanzas Para No Financistas*. Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá. Cuarta edición. Recuperado de

<https://books.google.com.pe/books?isbn=958716086X>

Belasteguigoitia, I. (2018). *La mujer en las empresas*. Disponible en

<https://www.entrepreneur.com/article/263615>

Castro, N; Sandoval, L. y Maier, A. (2019). *Análisis de rentabilidad de las empresas florícolas en Ecuador* (Tesis de pregrado). Escuela Agrícola Panamericana,

Zamorano honduras. Recuperado de <http://hdl.handle.net/11036/6595>

Ccaccya, D: (2015). Fuentes de financiamiento empresarial. Actualidad empresarial N°339.

Fernández Fernández, L., Fernández López, S. y Rodríguez Sandías, A. (2007). La Práctica de las Finanzas de Empresa. Editorial Delta Publicaciones. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?isbn=8496477622>

Flores Guardia, B. (2016). “*La rentabilidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas del rubro de ferreterías de la Av. Próceres de la Independencia, San Juan de Lurigancho, Lima – Perú. Barranca, Perú*”. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000042892>

Gómez, A. (2016). *Evaluación de los estados financieros de la ferretería J & J y su incidencia en la rentabilidad, periodo 2014 – 2015* (Tesis de pregrado). Universidad Tecnológica Equinoccial. Recuperado de <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/19834>

González, R. (2016). Caracterización del financiamiento, la capacitación y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro venta de productos de limpieza del hogar del distrito de Huaraz, 2014 (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Huaraz. Perú. Recuperado de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/388/FINANCIAMIENTO\\_CAPACITACION\\_GONZALEZ\\_LUCERO\\_RAQUEL\\_GIOVANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/388/FINANCIAMIENTO_CAPACITACION_GONZALEZ_LUCERO_RAQUEL_GIOVANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Harvard Business Essentials (2004). Finanzas para Directivos. Editorial Deusto. España. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?isbn=8423420620>

- Hernández, R. y Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México, México: Editorial Mc Graw Hill Education
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. 6<sup>o</sup> Edición. México. Editorial Mc Graw Hill.
- Ibarra, J. (2019). *Análisis financiero de los niveles de endeudamiento y repercusión en la rentabilidad de la empresa Insumed 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Tecnológica de Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/19454>
- Lawrence J. Gitman. (2003), *Principios de la Administración Financiera*. Pearson Addison Wesley. Decima edición. México. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?isbn=9702604281>
- Lizarazo, M. (2009). *Guía para identificar y planificar negocios rurales con visión de responsabilidad social*. IICA. Ecuador. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=G24FHGLL1EQC&pg=PA15&dq=definici%C3%B3n+de+micro+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwil5YvN4vrXAhUIIZAKHRudDWAQ6AEIJzAA#v=onepage&q&f=false>
- López Herrera, F. (1999). *La Historia Temprana de la Teoría del Portafolio 1600-1960*. Recuperado de [www.ejournal.unam.mx/rca/195/RCA19503.pdf](http://www.ejournal.unam.mx/rca/195/RCA19503.pdf)
- Merton, R. (2004). *Finanzas*. Editorial Pearson Educación. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?isbn=9702600979>

Morales Castro, A. y Morales Castro J. (2014). Finanzas. Grupo Editorial Patria. México.

Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?isbn=6074388873>

Nieto Apaza, M. (2017). “*Factores de crecimiento y rentabilidad de las Mypes del Sector industrial del parque industrial Villa el Salvador- Lima, 2016*”. Lima, Perú.

Recuperado de [http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1728/TESIS\\_MAYRA%20MADELEYNIN%20NIETO%20APAZA.pdf?sequence=2&isAllowed=y](http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1728/TESIS_MAYRA%20MADELEYNIN%20NIETO%20APAZA.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Lima, año 2015 (Tesis de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Lima. Perú. Recuperado de [file:///C:/Users/HALION/Downloads/Uladech\\_Biblioteca\\_virtual%20\(8\).pdf](file:///C:/Users/HALION/Downloads/Uladech_Biblioteca_virtual%20(8).pdf)

MytripleA (s.f.). Rentabilidad financiera y económica, ¿cuál es la diferencia?.

Recuperado de <https://www.mytriplea.com/blog/rentabilidad-economica-financiera-diferencia/>

OIT (2015). OIT: MYPES son las mayores generadoras de empleo en la región. El Comercio. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/mundo/oit-mypes-son-mayores-generadoras-region-387175>

Pernaut Ardanzas, M. Y Ortiz, E. (2008). Introducción a la Teoría Económica. Editorial

Texto. C.A. Venezuela. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?isbn=9802441074>

Ramos Villamarin, J. (2014). “*Sistema de costos y la rentabilidad en la microempresa de fabricación de bloques en el sector de la cangagua provincia de Cotopaxi*”.

Ecuador. Recuperado de  
<http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20575/1/T2592i.pdf>

Reyes, M., Riquelme, Y., Sotelo, D. y Yañez, C. (2009). Alternativas de financiamiento para las PYMES en la ciudad de Chillan (Tesis de pregrado). Universidad del Bío Bío. Chillán. Chile. Recuperado de  
[http://werken.ubiobio.cl/html/documentos/mdc\\_65802028\\_al79\\_2009/Tesis.pdf](http://werken.ubiobio.cl/html/documentos/mdc_65802028_al79_2009/Tesis.pdf)

Sánchez, J. (2002). Análisis de la rentabilidad de la empresa. 5campus.com. Análisis contable <<http://www.5campus.com/leccion/anarenta>

Santana Arrieta, Y. (2016). *Caracterización del financiamiento y la rentabilidad de la Mypes del sector comercio Rubro – Ferretería del centro Comercial Nicolini (pasajes 1-10), Distrito del Cercado de Lima, Provincia y Departamento de Lima, año 2015*". Lima, Perú. Recuperado de  
[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/994/FINANCIAMIENTO\\_RENTABILIDAD\\_SANTANA\\_ARRIETA\\_YARITZA\\_GUILL\\_JAKLIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/994/FINANCIAMIENTO_RENTABILIDAD_SANTANA_ARRIETA_YARITZA_GUILL_JAKLIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Smith, A. (2016). El CAPM. Las Claves del Modelo de Valoración de Activos Financieros. Recuperado de:  
<https://books.google.com.pe/books?isbn=2806274869>

Tanaka, G. (2005). Análisis de los estados financieros para la toma de decisiones. Pontificia Universidad Católica del Perú. Fonfo Editorial 2005. Lima. Perú. Recuperado de  
<https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=LH4fWKR2Cs4C&oi=fn>

d&pg=PA6&dq=clasificaci%C3%B3n+de+las+cuentas+por+cobrar&ots=KcGpATaKVa&sig=361lmI6F4sLAqdwJK8RAzJbPQrk#v=onepage&q=clasificaci%C3%B3n%20de%20las%20cuentas%20por%20cobrar&f=false

Toledo Garza, E. (2006). Teorías Sociales y Estudio de Trabajo: Nuevos Enfoques. Anthopos Editorial. México. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?isbn=8476587899>

## **Anexos**

### **Anexo 1. Propuesta de mejora**

Propuesta de mejora de los factores relevantes de la rentabilidad en las micro y pequeñas empresas nacionales - caso de la empresa Comercial Ferretero Magno, Lima 2019.

### **Diagnóstico**

La empresa Comercial Ferretero Magno, es una que se dedica al rubro de la ferretería comercial e industrial. Esta empresa inicia actividades el 24 de setiembre de 2011. Actualmente se encuentra ubicada en Av. Las Magnolias Mz. A Lt 18 AA.HH. Los Socialistas. EL Agustino. Lima.

Los artículos que vende la ferretería del estudio son herramientas y artículos propios del rubro para la industria comercial e industrial. Sus ventas las realiza al contado, pero también cuenta con clientes que le compran al crédito con 30 días de fecha de pago. Actualmente la empresa también participa en licitaciones con el Estado.

La empresa funciona como una persona natural con negocio y está representada por el Lic. Alejandro Magno Gutarra Quiñones.

### **Propuesta**

Teniendo en cuenta que la empresa en estudio ha realizado una buena gestión de acuerdo a los estados financieros presentados de 2016 a 2018 y que se han analizado dando un resultado significativo en cuanto al crecimiento de la empresa. Lo que se ha traducido en rentabilidad tanto económica como financiera, siendo en el 2018 de 12.97% y 2.83% respectivamente, aunque esta última no ha resultado ser muy significativa.

En tal sentido la propuesta de mejora está enfocada en realizar actividades que contribuyan al incremento de las ventas, pero existen otros factores que influyen en dicho objetivo. Estos se mencionan a continuación:

1. Intensidad de la inversión.
2. Productividad.
3. Participación de mercado.
4. Tasa de crecimiento del mercado.
5. Calidad de producto/ servicio

6. Desarrollo de nuevos productos o diferenciación de los competidores.
7. Integración vertical.
8. Costos operativos.

En la siguiente tabla se muestra las actividades para poder incrementar la rentabilidad de la empresa, tomando como referencia que la rentabilidad financiera actual es de 2.83%.

Objetivo general: Mejorar la rentabilidad de la empresa.

<b>Metas</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsables</b>	<b>Presupuesto</b>
En el 2020 incrementar las ventas en 20%.	Realizar un estudio de mercado sobre el estilo de compra, lugares de compra y necesidades del cliente.  Realizar campaña de información acerca de la empresa y sus productos.  Mejorar la fuerza de ventas para el mercado industrial.	Asesor de estudio de mercado.  Administrador.	3000 soles.
Optimizar espacios, mantenimiento y organización de anaqueles	Reorganización del espacio asignado a la mercadería.	Empleados y personal de apoyo. Administrador.	1000 soles.
Mejorar el proceso del inventario de mercadería. Mejorar los procesos en cada área de la empresa.	Realizar un inventario completo de la mercadería. Inventariar toda la mercadería encontrado en el almacén y anaqueles. Identificar los procesos a mejorar en cada área de la empresa.	Empleados y personal de apoyo. Administrador.	1000 soles.