UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADEMICA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TESIS

ESTRATEGIAS COMERCIALES Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA GRUPO BZ COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIONES E.I.R.L. CHICLAYO – 2020

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

Autora:
Bach. Solano Puse Alma Rosa
https://orcid.org/0000-0002-5765-4561

Asesor:
Dr. Vidaurre García Wilmer Enrique
https://orcid.org/0000-0002-5002-572X

Línea de Investigación:

Gestión empresarial y emprendimiento

Pimentel – Perú

2021

Aprobación del jurado

ESTRATEGIAS COMERCIALES Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA GRUPO BZ COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIONES E.I.R.L. - CHICLAYO 2020

Alma Rosa Solano Puse
Autora

Dra. Cabrera Sanchez Mariluz Amalia
Presidente del Jurado de Tesis

Mg. Rios Cubas Martin Alexander
Secretario del Jurado de Tesis

Mg. Chapoñan Ramirez Edgard
Vocal del Jurado de Tesis

Dedicatoria

La presente tesis en primer lugar va dirigido a mis padres, que estuvieron conmigo en todo momento, motivándome y dándome los mejores consejos para no rendirme y continuar a pesar de las situaciones complicadas que se me presentaron y a mi asesor que estuvo día a día dándome las pautas para mejorar mi trabajo con mayor optimismo.

Alma Rosa Solano Puse

La autora

Agradecimiento

Agradecer primeramente a Dios por la vida, por guiar mi camino y estar conmigo en todo momento.

A mis profesores por su paciencia y sus enseñanzas a poder aprender y estar actualizado.

Al administrador el señor Carlos Javier Bravo Zeña, por permitirme tener la información requerida.

Al Dr. Wilmer Enrique Vidaurre García por su asesoría para culminar mi trabajo de investigación.

Alma Rosa Solano Puse

La autora

Resumen

La investigación realizada en la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L. -Chiclayo 2020, tuvo como objetivo: Determinar de que manera las estrategias comerciales impactan en la rentabilidad de la empresa.

La investigacion fue de tipo explicativa, realizada a los estados de situacion financiera de dos periodos y poder determinar la diferencia de la rentabilidad y saber si las estrategias comerciales han ayudado a mantener la rentabilidad a pesar de la situacion que estamos aun atravezando, por la enfermedad COVID 19, donde se tuvo como resultado que en el 2020 se realizaron estrategias comerciales, para continuar realizando ventas sin necesidad de tener contacto fisico con el cliente pero que a pesar de ello se ha tenido una disminucion fuerte en la rentabilidad , entonces se analizo el motivo de ello y que relacion tiene que ver con el personal y de que manera la pandemia que atravezamos afecto en el periodo.

Por lo tanto, se concluye que el nivel de la rentabilidad se dio al tener muchos trabajadores que no cumplian con sus funciones de utilizar las redes para realizar las ventas y asi mismo no se han tomado decisiones correctas al manejar el tiempo de entregas y realizar pedidos para avastecer las necesidades de cada pedido.

Palabras clave: Nivel de rentabilidad, ingresos, estrategias

Abstract

The investigation carried out in the company Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L. -Chiclayo 2020, aimed to: Determine how commercial strategies impact the profitability of the company.

The research was explanatory, carried out to the statements of financial situation of two periods and to be able to determine the difference in profitability and to know if commercial strategies have helped to maintain profitability despite the situation that we are still going through, due to the disease COVID 19, where it was had as a result that in 2020 commercial strategies were carried out, to continue making sales without having to have physical contact with the client but that despite this there has been a strong decrease in profitability, then the The reason for this and what relationship has to do with the staff and in what way the pandemic that we went through affected in the period.

Therefore, it is concluded that the level of profitability was given by having many workers who did not fulfill their functions of using the networks to make sales and likewise, correct decisions have not been made when managing the delivery time and placing orders. to satisfy the needs of each order

Keywords: Profitability level, income, strategies

ÍNDICE

Aprobación del jurado ii
Dedicatoria iii
Agradecimiento iv
Resumen v
Abstract vi
ÍNDICE DE TABLAS ix
ÍNDICE DE FIGURAS x
ÍNDICE DE ANEXOS xi
I. INTRODUCCIÓN 12
1.1. Realidad Problemática 12
1.1.1. A Nivel Internacional 12
1.1.2. A Nivel Nacional 13
1.1.3. A Nivel Local: 14
1.2. Trabajos previos 14
1.3. Teorías relacionadas al tema 22
1.3.1. Estrategias comerciales 22
1.3.2. Aspectos para implementar una estrategia comercial 22
1.3.3. Elementos importantes al diseñar una estrategia comercial 22
1.3.4. Teoría de la Estrategia empresarial 23
1.3.5. Rentabilidad 23
1.3.6. Tipos de Rentabilidad 23
1.3.7. Margen de Utilidad 24
1.4. Formulación del problema 24
1.5. Justificación e Importancia del Estudio 24
1.6. Hipótesis 24
1.7. Objetivos 25

1.7.1. Objetivo General: 25
1.7.2. Objetivos Específicos: 25
II. MATERIAL Y MÉTODO 26
2.1. Tipo y Diseño de Investigación. 26
2.1.1. Tipo de investigación: 26
2.1.2. Diseño de investigación: 26
2.2. Población y Muestra 26
2.2.1. Población: 26
2.2.2. Muestra 27
2.3. Variables y operacionalización: 27
2.3.1. Variables 27
2.3.2. Operacionalización 28
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez, y confiabilidad 30
2.4.1. Técnica 30
2.4.2. Instrumento 30
2.4.3. Validez 30
2.4.4. Confiabilidad 30
2.5. Procedimiento de Recolección de datos 30
2.6. Aspectos éticos 31
2.7. Criterios de rigor científico 31
III. RESULTADOS 31
3.1. Tablas y Figuras 31
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 38
REFERENCIAS 40
ANEXOS 45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población *26*
Tabla 2. Variable independiente *28*
Tabla 3. Variable dependiente *29*
Tabla 4. Análisis de selección de estrategias *31*
Tabla 5. Análisis de porcentaje de duda en tomar una estrategia comercial *32*
Tabla 6. Análisis de las alternativas totales de estrategias comerciales *33*
Tabla 7. Estado de resultados comparativo 2019 y 2020 ..... *34*
Tabla 8. Estado de situación financiera comparativo 2019 - 2021 ..... *35*
Tabla 9. Calculo de ratios *36*

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. Gestión de estrategias tomadas por los colaboradores. 32
FIGURA 2. Gestión de toma de estrategias 32
FIGURA 3. Toma de estrategias comerciales 33
FIGURA 4. Tabla de barras de ratios 37

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1. Resolución de aprobación *45*
Anexos 2. Formato T1 ..... *51*
Anexos 3. Acta de Originalidad *52*
Anexos 4. Carta de Aceptación de la empresa *55*
Anexos 5. Validación de Instrumentos *56*
Anexos 6. Guía de análisis documental *71*
Anexos 7. Matriz de consistencia *73*
Anexos 8. Confiabilidad del instrumentos ALPHA DE CRONBACH *74*
Anexos 9. Ubicación de la empresa *75*
Anexos 10. Evidencias Fotograficas *76*

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se centró en la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L. ubicada en la provincia de Chiclayo, dedicada a la venta y compra de chip y equipos de telefonía móvil y fija del Operado de CLARO, la misma que se caracteriza por no contar con Rentabilidad en crecimiento a pesar de haber tenido estrategias comerciales, que le permitían realizar ventas, teniendo sus locales cerrados y haciendo uso de la Tecnología.

Es importante por ello analizar la empresa y poder encontrar los problemas que hacen el origen a la baja rentabilidad, y por ello se darán estrategias comerciales que permitan que la empresa tenga la oportunidad de tener mejores resultados económicos y permanecer en el mercado.

1.1. Realidad Problemática.

1.1.1. A Nivel Internacional

Ecuador, las empresas de ensamblaje de vehículos y turismo se encuentran con severas caídas en haber realizado préstamos generando costos financieros para invertir y ofrecer lo mejor. Donde las estrategias comerciales resultaron impactadas para poder generar ingresos y así poder cumplir con sus obligaciones, ya que su rentabilidad en el que el mes de abril tuvo un impacto que fue el mes más crítico para todas las empresas de diferentes giros de negocio, ya que fue donde surgieron restricciones a muchas actividades y algunos sectores reportaron dramáticas pérdidas en comparación con la actualidad.

España, las empresas se están enfocando en realizar mejor administración financiera que permita tener mejoría en la sostenibilidad y rentabilidad haciendo un buen manejo de los recursos financieros en el momento oportuno. El efecto que ahora se vive es por la enfermedad Covid-19 que impacto la rentabilidad de los bancos y sector comercial, que la preocupación se dio a finales de junio donde aumento el endeudamiento de muchas empresas y a pesas de las estrategias comerciales se tuvieron pérdidas que se asocian un mayor riesgo de quiebre.

Colombia, existe estrategias comerciales de las que se destacan los bonos, sorteos y regalos como método de solución para los problemas de liquidez y tener ingresos, donde las alternativas tienen que ser analizadas y

tomadas meticulosamente y elegir la mejor para la compañía, pero lo que logro que toda inversión no tenga resultado fue la Pandemia COVID19 que afecto en la Rentabilidad porque muchas empresas tomaron medidas orientadas a estrategias comerciales.

1.1.2. A Nivel Nacional

Trujillo, existen cambios por lo que se requieren de indicadores de rentabilidad de lo cual se maximizan los beneficios económicos. Para poder cumplir con las comisiones e intereses de créditos obtenidos para la marcha de un negocio la economía liberteña caerá 15%, cifra nunca vista en las empresas, esta problemática afecta a nivel nacional, donde una solución para superar esta pandemia es aplicando estrategias comerciales para obtener ingresos ya que hoy en día la enfermedad COVID 19, afecto a muchos negocios que tenían un manejo de su rentabilidad y ocasiono que se haga uso de la utilidad e invertir y para poder el ahorro decidieron disminuir en personal.

Piura, los costes financieros en la producción de alimentos y medicinas no tiene decadencia y se incrementan en calidad y rentabilidad como es en uno de ellos la producción de cacao, pero muchas de estas empresas para poder lograr su continuidad del negocio tienen obligaciones de intereses que se generaron al haber realizado algún préstamo y del cual se cancela de manera mensual y fue necesario para el manejo del giro de negocio y es ahí donde encontramos los costos financieros y de qué manera impacta la rentabilidad, pero que fue necesario para mantenerse en el mercado. Las ramas que tuvieron que realizar préstamos y por la pandemia tuvieron que cerrar, son las más afectadas y las que necesitan el apoyo más profundo del gobierno y tener la alternativa de poder levantarse y buscar la mejor

Amazonas, la problemática es no poder cubrir sus costes financieros según lo proyectado, ya que bajo en Rentabilidad y perdidas de muchas inversiones, que semana a semana la Covid-19 se ha extendido en las comunidades donde ya se ha reportado más de 1,000 casos oficialmente con Covid-19. Ojo Público realizo un análisis de la ejecución presupuestal del gobierno regional y comprobó que de un 100% destinado para atender la emergencia solo se ha ejecutado la tercera parte. Existen empresas que logro más ingresos que otras y es por el giro de negocio de cada una, donde solo las empresas de alimentos y medicina puede mantenerse, además de ello

todas las empresas tuvieron que disminuir en personal, ya que la aglomeración dentro o fuera de la empresa es el principal contagio y lo que tuvieron muchas empresas que saber controlar para permanecer en el mercado.

1.1.3. A Nivel Local:

Se expone la realidad problemática a consecuencia de la pandemia que atravesó el mundo, y por la necesidad que tuvo muchas empresas a consecuencia de un paro no esperado. Donde tuvieron que tener estrategias comerciales que aun así tuvieron un impacto con la rentabilidad, ya que, si analizamos su balance anual y sus ingresos, podemos darnos cuenta que si hubiéramos tenido mayores ingresos la diferencia en cumplir con las obligaciones la ganancia fuera mayor, ya que por la situación se tuvieron que cerrar las tiendas y hacerse ventas por la web, que muchas veces solo llegaba a la evaluación y no se concretaba la venta total.

En la Empresa las evidencias que expresan la existencia de vacíos en la Rentabilidad y para cubrir con las obligaciones que fueron nacidas a causa de las entregas en tipo DELIVERY y poder tener ingresos, donde el miedo es no poder cumplir con mejor eficacia las cuentas por pagar que es el fin de toda empresa para evitar tener deficiencia y así poder cumplir con sus obligaciones y así mismo se tuvo que tomar medidas de reducción de personal.

Las evidencias se encuentran de manera notoria en el BALANCE ANUAL 2020, donde se ve que, a comparación de los años anteriores, se tenía de activo para cumplir con los pasivos.

1.2. Trabajos previos.

1.2.1. Internacional

Salazar (2018), tesis titulada “Estrategias comerciales de la empresa ferrocarriles del Ecuador y el impacto en la rentabilidad.” Quito, se realizó una investigación del mercado

Comentario:

La referida Tesis ayuda en mi formulación del tipo de investigación y tener el conocimiento de cuanto influye la variable de la Rentabilidad para la toma de decisiones y me favorece a tener un mejor conocimiento de lo que abarca el análisis de la variable independiente de mi proyecto.

Nata & Ortega (2018) “Costos y la incidencia en la Rentabilidad encontrada en la empresa INDUNEVALL, periodo 2017 - Ecuador” utilizo la técnica de la

entrevista y encuesta, donde se obtuvo evidencia suficiente de la problemática, y se pudo ver de qué manera se mejoraría la rentabilidad, manejando la producción a través de sus costos, dado que se considera todos los aspectos importantes para realizar el análisis.

Comentario:

La referida tesis es de ayuda para mi proyecto porque habla sobre los costos de la producción donde mi variable dependiente que es la rentabilidad tiene relación con ello, porque tanto las estrategias comerciales como los costos son de influencia para obtener el ingreso que efectué la ganancia a la empresa. Donde vale tener un financiamiento para poder cumplir con la compra de insumos para la producción.

Lumby (2018), “Empresa Sistema S.A. y su diagnóstico financiero de los periodos 2015-2016 de Nicaragua”. Utilizo el tipo descriptivo con un enfoque cualitativo que al analizar los estados financieros donde se tuvo el resultado que lo relevante fue en la disminución de las ventas de forma referente.

Comentario:

El referido proyecto de investigación es de ayuda para mi proyecto de investigación al analizar los pasos para el financiamiento y cuanto es la ayuda de los ingresos por ventas para una buena rentabilidad sonde se analizan de dos maneras y se haya la diferencia de periodos donde se ve la diferencia de no haber maneja los costos financieros.

Martínez (2017), “Estrategias comerciales de las medianas empresas del sector del calzado y su impacto en la rentabilidad, de la ciudad de Ambato en Ecuador. El tipo de técnica que utilizaron fue cuantitativo como cualitativa, ya que es realizar un conteo como calidad, para poder determinar las expectativas de los clientes, ya que son ellos de quien depende todo negocio para continuar, porque es difícil invertir y no tener ganancia.

Comentario:

Este proyecto me es de ayuda a mi investigación porque me ayuda a determinar la gran importancia que tiene realizar promociones o cambio de entregas de productos que no afecta la rentabilidad para mal, sino que nos permite poder tener mayores ingresos, ya que seremos más acogidos con lo que ofrecemos, ya que existen muchas empresas que ofrecen los mismos productos, pero debemos marcar la diferencia.

Duque & Molina (2018), “Rentabilidad de inversiones hechas como investigación para el desarrollo de la innovación. Colombia”, en este proyecto nos habla sobre poder determinar la rentabilidad de una inversión que realizo la empresa, para ello se analiza los estados financieros, se utilizó la investigación descriptiva concluyente, que se realizó el método por fases, los cálculos con los indicadores financieros y realizar la simulación para medir las inversiones , es donde se llega a concluir que a empresa genera valor, sin embargo los ingresos operacionales cubren la totalidad de los costos y gastos de las mismas donde todo ha ido incrementando los resultados de la inversión, lo que se recomendaría es que siga con la inversión, dado que se han obtenido beneficios.

Comentario:

Este proyecto me ayuda en mi proyecto a determinar de qué manera las inversiones ayudan a la rentabilidad y de qué manera se deben manejar para tener resultados positivos y eficientes ante cualquier adversidad, y saber el motivo por el cual los costos tengan disminución, pero la rentabilidad no tenga aumento.

Salazar (2019) “El impacto de la rentabilidad por los costos de una compañía”. Se utilizo varios tipos de investigación como documental y campo, todo ello con el fin de obtener el resultado más preciso de la realidad problemática, ya que lo documental es papel y en el campo es ver en vivo cada movimiento teórico y ser testigo de la situación que atraviesa la entidad.

Comentario:

Este proyecto me es de ayuda en poder entender de qué maneras los diferentes tipos de investigación, ayudan a mi proyecto a poder determinar la realidad problemática en relación a mis variables y que el resultado obtenido sea el real y no cubierto de la excusa de que suceda el problema.

Uverlan (2015) “Un enfoque contable en los bancos para determinar factores en la rentabilidad de los países dl Mercosur” Córdoba, se utilizó en esta tesis el tipo de investigación descriptiva donde la variable dependiente es a rentabilidad de los bancos y la independiente los factores donde se análisis las tasas de interés, el desarrollo económico y la tributación, teniendo como resultado que el buen manejo de los ingresos en todas las ramas, ayudan a tener una mejor rentabilidad.

Comentario:

Esta tesis me ayuda a determinar el buen manejo de mi variable dependiente y en que se basa tener un buen manejo, así como tener el buen manejo e incondicional manejo de los ingresos para bien producto final.

1.2.2. Nacional

Rodríguez & Yauri (2018) “Empresa Lucho Tour S.R.L. la rentabilidad en la gestión financiera – Huaraz, Periodo 2018”, utilizaron el no experimental un tipo de análisis donde trata de datos reales, transversal y descriptiva y correlacional en la gestión financiera, donde para recolectar datos, analizar y obtener resultados, el medio que se utilizo fue las encuestas para saber dar una orientación a la corrección y saber el motivo que de la baja rentabilidad en ciertos periodos.

Comentario:

Esta investigación es de ayuda a mi proyecto, para darle mayor reconocimiento a mis variables, y me ayuda a poder determinar el tipo de investigación a utilizar y porque es importante tenerlo presente en todo argumento, que sea sustentado.

Vargas (2016) “Efecto en la rentabilidad de la empresa Alpaca S.A. a causa de la implementación de un sistema de costo”. Utilizo cuestionario donde la hipótesis de los sistemas y la actualización para poder determinar los efectos y procesos con resultados positivos que es resultado de la rentabilidad de las entidades. En una de las conclusiones del autor expresa que un sistema actualizado ayuda a tomar decisiones y de ayuda a los procesos para obtener una información real y oportuna.

Comentario:

Esta tesis me ayuda en mi proyecto a dar las recomendaciones de que cambio podría ser utilizado para tener un control de mi variable “Costo financiero” que siempre va a estar presente en toda entidad.

Villareal & Chiroque (2017) “Distrito de Tarapoto año 2014, la empresa Unipersonal de Chacón Rodríguez aplica un sistema de costo que afecta la rentabilidad”, donde el método que utilizo fue la encueta que se la aplico a 10 colaboradores de la misma, donde la hipótesis dio el resultado de que la implementación de un costo ABC permitirá obtener una mejor rentabilidad. Donde una de las conclusiones es que esta herramienta determina costos de forma correcta que traza con la rentabilidad.

Comentario:

Esta tesis es de ayuda a mi proyecto donde me permite entender de qué manera el costo financiero sea bien manejado para ayudar a mi rentabilidad en tener un margen positivo a la realidad a pesar de los inconvenientes que pudieron ocurrir en el periodo contable y tener un manejo de los periodos futuros para el bienestar de la entidad y continuidad en el mercado.

Ballena (2018) “El valor patrimonial generado por el costo financiero bancario de las Mypes como el caso Distribuidora San Benito S.R.L.” Utilizo tipo de investigación descriptivo, cual objetivo principal es que los costos financieros se convierten con un arma que genera el patrimonio y ayuda muchas veces a pagar menos impuestos y todo ello que permita tomar buenas decisiones. Donde se llegó a la conclusión que el endeudamiento es una decisión que tiene que ver con el financiamiento y saber cómo adquirirlo ya que ayuda a incrementar el patrimonio de toda empresa.

Comentario:

Este proyecto de tesis me es de ayuda a poder determinar las diferencias que tienen las diferentes entidades al ser Mypes, y de que manera se puede realizar un análisis que para las empresas de régimen general puedan tener beneficios en el buen manejo de su costo financiero y sea de buen impacto a su rentabilidad.

Talavera (2017) “Las ventas y la rentabilidad de una tienda al ser evaluado el Marketing de los artículos que se comercializan en la plaza norte en el año 2015-2016”. Se utilizo la técnica experimental, porque los sujetos de estudio ya están formados y se tienen que analizar, y donde se tuvo como resultado el impacto que tienen las ventas y la rentabilidad, ya que, si no hay ventas, no hay rentabilidad y no existe la ganancia de todo negocio, donde lo invertido debe ser recuperado.

Comentario:

Este proyecto me es de ayuda a mi investigación donde me demuestra que en toda entidad el manejo de su rentabilidad es complicado si no se tiene un buen manejo y se aplican estrategias comerciales, será difícil de dar alguna otra recomendación.

Gómez (2018) “Bolsa de valores de Lima y las empresas industriales que cotizan la relación que existe en la rentabilidad y los costos de la producción”, la

investigación utilizada fue la descriptiva- correlacional donde se demostró que la relación de las variables tanto dependiente como independiente, donde tomando la muestra es a base de análisis documentario donde se visualizó las diferencias que han surgido de un periodo a otro y viendo hacia el futuro de qué manera solucionar.

Comentario:

La tesis me ayuda en mi proyecto en la forma de como analizar mis variables y poder darme cuenta que si se usa solo el instrumento documental, no hace una diferencia al realizar encuesta, ya que os documentos es lo mismo que puede decir en la encuesta ya que son las mismas personas que realizan la documentación y los informes de estudio.

Duran (2019), “Alicorp S.A.A. y la rentabilidad de los años 2010-2017 y cómo influye el apalancamiento financiero”, el tipo de investigación que se utilizo fue la no experimental, que determina los resultados en base a la realidad, ver la forma de solución a la problemática y en comparación a nivel internacional y nacional, nos damos cuenta que no ocurre solo en ese lugar, solo que es una problemática que atraviesa toda entidad.

Comentario:

La tesis me ayuda en mi proyecto para determinar de qué manera el apalancamiento se enlaza con la variable y de qué manera busca la estabilidad y solución al manejo de la rentabilidad y de qué manera a pesar de bajar los costos financieros la rentabilidad tiene que tener aumento.

1.2.3. Local

Carreño (2018) “Producción de Masedi, 2017 con las estrategias comerciales que se manejó”. Utilizo la encuesta como el instrumento para analizar el problema y poder determinar una solución empleando información propia, empleando la conocida escala de Likert, y se tomó diseño no experimental, porque se trabajó con hechos reales. Se obtuvo que el 34.29% de los administrativos de la entidad tiene un conocimiento eficiente sobre las estrategias comercial, pero que el 42.86% tiene un conocimiento regular y un 22.86% es deficiente y es por eso que se puede determinar la relación con la variable productividad.

Comentario:

La referida tesis me es de ayuda para mi proyecto de investigación donde

nos demuestra de qué aplicando instrumentos se puede llegar a la cantidad de eficiencia y deficiencia que pueda tener una entidad en el conocimiento de sus colaboradores y porque es que esta variable puede tener relación con la productividad que tiene que ver con la rentabilidad, porque si una empresa no produce lo eficiente, su rentabilidad en vez de crecer, va a decaer.

Vásquez (2019) “Análisis de costos y diseños de estrategias usados en caserío vista alegre para mejorar la rentabilidad, distrito de Chotalí-Cajamarca”. En esta investigación se planteó la hipótesis de una estrategia de mejora en la rentabilidad, teniendo el objetivo de analizar los costos y así dar mejoras a la rentabilidad a través de estrategias que utiliza el mercado, donde se realizó la técnica de la encuesta a los agricultores sobre cuál es la estrategia para obtener rentabilidad.

Comentario:

La referida tesis me es de ayuda para mi proyecto porque me ayuda a saber dar solución a la problemática y a darle mayor enriquecimiento a mi técnica de análisis de mis variables y poder determinar el motivo y dar la solución inmediata.

Antícona (2018) “Incidencia en la rentabilidad de la empresa A y S a consecuencia del control de los suministros”. La técnica de estudio se basó en una investigación correlacional, con datos reales, el análisis documental y el cuestionario fueron los aplicados para recolectar los datos y analizarlos.

Comentario:

En esta tesis me ayuda en mi proyecto por los instrumentos mencionados, para poder tener resultados reales, de la situación y poder determinar el margen de diferencias entre períodos, que ayuda a realizar cambios en la toma de decisiones y tener una capacitación del personal relacionado en los movimientos de la rentabilidad y así tomar decisiones que tengan resultados positivos.

Peche & Salazar (2018) “La empresa Agrobien S.A.C. Jaén año 2016-2017 y sus estrategias comerciales efectuadas”, la razón porque se realizó esta investigación fue de mejorar los ingresos a través de las ventas y tener mayor posicionamiento en el mercado, ya que hasta la fecha no han podido determinar su lugar puntual, este tipo de tesis tuvo la técnica de la observación que se basó en ver el momento en el que ingresa un cliente y el momento en el que se va, y así poderse dar cuenta si la falla es en la calidad de atención o en los productos deseados.

Comentario:

La referida tesis nos da a conocer qué importancia tiene para una empresa la calidad de trabajadores y la innovación que estos deben tener, aunque no se trate de contabilidad que es directa a mi carrera, nos habla de una forma de hacer ventas, que son la fuente para que toda empresa puede tener rentabilidad, que es una de mis variables y me es de mucho apoyo al camino de investigación.

Bilbao (2015) “La Molina y su comercialización del camotepan a través de las estrategias comerciales que se efectuaron, Lima - 2015”, se utilizó el método descriptiva y no experimental, donde se tuvo resultados que la problemática de ventas, es por motivo de falta de Marketing, ya que el producto es desconocido por ello no es consumido.

Comentario:

El presente proyecto de investigación me ayuda a poder determinar que variable tiene relación a mi título de investigación y así poder tener mayor conocimiento del estudio de la variable que se ha determinado.

Lazo & Ramón (2019) “De qué manera el endeudamiento influye en la rentabilidad de la empresa Alicorp S.A.A. año 2009-2017”, se utilizó el tipo no experimental, donde las variables son autónomas. Las conclusiones fueron que el endeudamiento tiene relación en la rentabilidad de manera positiva en los periodos de 2009-2017 de la empresa estudiada.

Comentario:

El presente proyecto me ayuda a poder determinar que teorías se enfocan principalmente en las variables y poder determinar el fundamento de lo utilizado para tener el mejor enfoque de cada variable y saber el propósito del tipo de investigación aplicado.

Antúnez & Torres (2020) “El impacto de la rentabilidad con un control de inventarios de la empresa Distribuidora Quiro S.A.C., ubicada en Puente Piedra,2019”, en esta investigación se aplicó la técnica no experimental, ya que se tiene documentos como son los estados financieros, donde se analiza dos periodos y se determina la deferencia de la rentabilidad y se analiza donde ha sido la disminución, si en ventas por el mal manejo de inventarios, se llega a la conclusión que el control de los inventarios es una pieza clave para una empresa comercializadora y la estrategia de ventas.

Comentario:

Esta tesis me es de ayuda en mi proyecto para poder determinar las formas en que el negocio tiene que saber manejar su mercadería para no perder su margen de rentabilidad y que no sea necesario que periodo tras periodo los accionistas estén aportando, sino que las estrategias comerciales son un apoyo a mantener el margen de rentabilidad.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Estrategias comerciales

Según Silva, (2020) define estrategia comercial como un conjunto de acciones que toda empresa pone en práctica para dar a conocer sus productos, para así aumentar su venta y su participación en el mercado. Estas estrategias deben estar enfocadas en el producto, para la toma de decisiones y en que la mejora día a día, sea por el bien del cliente y de la misma empresa, y para que estas estrategias funcionen, lo que debe preguntarse todo comercian es ¿Dónde estamos? Y estos datos deben incluir el balance, que te especifique de manera global el avance y el crecimiento rentable.

Según (Buján, 2014) La estrategia comercial es el término que se utiliza habitualmente para la comercialización de un producto, donde no solo depende del producto sino también de la comercialización del antes, durante y después, donde determinar una estrategia comercial no tiene un orden, sino que es una manera de hacer conocido un producto y hacer crecer la rentabilidad de una empresa.

1.3.2. Aspectos para implementar una estrategia comercial

Según (Quirio,2020), los principales aspectos son los siguientes:

1.3.2.1. La necesidad del cliente, es un aspecto fundamental ya que toda insatisfacción del cliente, ayudara a dar mejoras en el producto y la técnica de ofrecimiento.

1.3.2.2. Conocimiento de la competencia, es saber lo que están haciendo los competidores para cubrir las necesidades de los clientes, donde se debe investigar los productos que vende la competencia y cual es lo que se tiene que agregar a lo mismo que se produce.

1.3.2.3. Análisis FODA, es la manera estratégica de toda entidad en saber las altas y bajas de su negocio y poder armar las estrategias para superar las debilidades y amenazas enriqueciendo las fortalezas y oportunidades.

1.3.3. Elementos importantes al diseñar una estrategia comercial

1.3.3.1. Estrategia de producto, que sea el que satisfaga la necesidad del consumidos y es por ello que el producto tiene que tener características innovadoras que diferencie a la competencia que ofrece los mismos productos.

1.3.3.2. Estrategia de precio, es el punto más importante por todo cliente, porque es lo que está dispuesto a pagar porque sienta que el producto lo vale y es por ello que la entidad tiene que ver los beneficios del producto y en qué mercado esta segmentado.

1.3.3.3. Estrategia de distribución, es la que busca ubicar el producto en el lugar adecuado donde el cliente lo pueda encontrar de manera cómoda y segura y para tomar esta decisión, debe saber dónde tiene más acogida los productos que ofrece.

1.3.3.4. Estrategia de comunicación, que debe ser dirigido al público estratégico, y es por ello que se debe conocer los intereses y preferencias de los clientes y que se pueda utilizar los medios de comunicación más utilizados, de tal manera que la comunicación sea más rápida.

1.3.4. Teoría de la Estrategia empresarial

Según (Moreno,2003) Primeramente nos define la palabra estrategia que es la que tiene que ver a largo plazo, pues es algo que una entidad de proyecta en un futuro y ve la fórmula de lograrlo, donde una cosa es planear y otra muy distinta el pensamiento estratégico, que son una combinación del análisis y la síntesis. Donde se tiene que saber las características de un producto que un cliente quiere tener.

1.3.5. Rentabilidad

Según Acosta (1992) La rentabilidad es todo lo que genera suficiencia para la utilidad como es cuando una empresa tiene más ingresos que egresos se le considera rentable que ayudan a tener estrategias para saldar ventas al crédito como es “una empresa tiene rentabilidad cuando tiene más ingresos que costos”.

1.3.6. Tipos de Rentabilidad

Según Sánchez, (2013), los tipos de rentabilidad son:

a) Rentabilidad Económica

También es conocida como ROI que nos ayuda a determinar que activos de la entidad genera ganancias midiendo su capacidad.

b) Rentabilidad Financiera

También conocida como ROE, que es la que se calcula dividiendo el beneficio neto entre los fondos propios, que significa ver cuáles son los recursos que ha obtenido la empresa al haber realizado tal inversión.

c) Rentabilidad Comercial

Esta se calcula mediante las ganancias en las ventas entre lo que se ha empleado en las mismas a lo largo del giro del negocio, que es la más utilizada por los entes comerciales.

1.3.7. Margen de Utilidad

Según Flores, son las ganancias sobre las ventas que muestran el cálculo del porcentaje. Que está compuesto por la utilidad en bruta, margen de la operación y margen neto, conocido como el motivo de obtención del ingreso neto.

1.4. Formulación del problema

¿De qué manera las estrategias comerciales pueden ayudar a minimizar el impacto en la rentabilidad de la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L.?

1.5. Justificación e Importancia del Estudio

1.5.1. Justificación Teoría:

Al ser aplicado contribuirá al dueño a crecer en el sector comercial, del giro de telecomunicaciones, tomando acciones emprendedoras con mejor criterio, buscando siempre mejor Rentabilidad y que sus Estrategias comerciales sean cumplidas generando ingresos y evitando el uso de la utilidad.

1.5.2. Justificación Práctica:

La referida tesis contribuirá a comprender y entender, la importancia que tiene las estrategias comerciales, que le permite a la empresa tener estrategias con el fin de manejar sus ventas e ingresos y la rentabilidad económica.

1.6. Hipótesis

Las estrategias comerciales inciden en la rentabilidad de la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L. – Chiclayo 2020:

a) La planificación de las estrategias comerciales contribuye favorablemente a la rentabilidad de la empresa.

b) La ejecución de las estrategias comerciales, influyen en la gran diferencia de rentabilidad de la empresa año tras año.

c) Las estrategias comerciales contribuyen a la obtención de

rentabilidad y obtener los ingresos de ventas en la empresa.

1.7. Objetivos.

1.7.1. Objetivo General:

Determinar que en la rentabilidad influyen las estrategias comerciales y de que manera en la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L. – Chiclayo 2020.

1.7.2. Objetivos Específicos:

- Evaluar las estrategias comerciales
- Evaluar el nivel de la rentabilidad
- Evaluar de qué manera las estrategias comerciales tienen relación con la rentabilidad en la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L.

II. MATERIAL Y MÉTODO

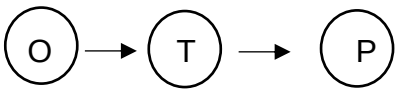
2.1. Tipo y Diseño de Investigación.

2.1.1. Tipo de investigación:

- Investigación correlacional donde se ve la relación que existe entre la variable dependiente como independiente.
- Investigación explicativa que nos ayuda a establecer la causa – efecto, es decir saber el porqué de los hechos y de los cambios entre periodos.

2.1.2. Diseño de investigación:

- No experimental, porque presenta hechos y se observa lo que existe.

R: 

Donde:

R: Realidad de la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L.

O: Observación de la Realidad Problemática.

T: Teoría que sustenta la Propuesta.

P: Propuesta de mejora para la realidad problemática.

- Diseño bibliográfico porque se analizará el material documental para realizar el estudio de las variables y se selecciona los resultados coherentes.

2.2. Población y Muestra

2.2.1. Población:

Está representada por las distribuidoras de CLARO, detallados a continuación:

Tabla 1. Población

RAZON SOCIAL	RUC	UBICACIÓN
NC COMUNICACIONES JAEN S.A.C.	20601410754	Av. José Balta nro. Ref. (1353b- 2do piso de galerías Joel) Lambayeque - Chiclayo - Chiclayo
CIX E & G SOLUCIONES GENERALES E.I.R.L.	20600633407	Cal. Daniel Alcides Carrión Nro. 150 urb. cercado de Chiclayo Lambayeque - Chiclayo - Chiclayo
GRUPO BZ COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIONES E.I.R.L.	20602089178	Av. Pedro Ruiz Gallo 931- Lambayeque - Chiclayo - Chiclayo

Fuente: Superintendencia de Administración Tributaria

2.2.2. Muestra

La muestra fue no aleatoria por lo cual se trabajó con el área comercial de la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L., que está compuesta de 16 trabajadores a quienes se les aplico las encuestas por tener mayor conocimiento de las estrategias comerciales que se aplican y tener mejor conocimiento de lo vendido.

2.3. Variables y operacionalización:

2.3.1. Variables

Variable Independiente

Las Estrategias Comerciales, es el que se origina al dar a conocer el producto que ofrecen.

Dimensiones:

- Estrategia de Producto
- Estrategia de Precio
- Estrategia de Distribución
- Estrategia de comunicación
- Análisis FODA

Variable dependiente

Rentabilidad, es el que mide la relación de la utilidad y los recursos que se usan alcanzarla.

Dimensiones:

- Rentabilidad Económica
- Rentabilidad Financiera
- Rentabilidad Comercial
- Margen de utilidad

2.3.2. Operacionalización

Tabla 2. Variable independiente

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINCIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS
Estrategias Comerciales	Las estrategias comerciales, son las que ponen en práctica todas las empresas para aumentar sus ventas y tener posicionamiento en el mercado, donde se enfocan en el producto y agregar algo que lo diferencie de la competencia. Según Silva, 2020	Esta variable es la más importante ya que nos permite conocer que tanto las estrategias comerciales ayudan a tener rentabilidad que nos permitan cubrir los gastos tan solo con los ingresos, así mismo el instrumento utilizado consta de 10 preguntas abiertas, la cual medirá la variable independiente "Estrategias Comerciales", que se aplicara a los 16 colaboradores del área comercial.	Estrategia de producto	Capacitaciones	1. ¿Las capacitaciones son dadas en el momento indicado?	La técnica es la encuesta con las siguientes alternativas: 1 = Nunca 2 = Casi Nunca 3 = A veces 4 = Casi Siempre 5 = Siempre
					2. ¿Las estrategias de ventas que se desarrollaron en pandemia y que se desarrollan, son dadas por usted?	
			Estrategia de precio	Promociones	3. ¿Los administrativos saben dar valor a sus ideas para ofrecer alguna oferta?	
					4. ¿Las fuentes de ventas son bien explicadas?	
			Estrategia de distribución	Precio indicado	5. ¿Los ingresos por ventas generan rentabilidad para cubrir los créditos?	
					6. ¿Las ideas de promociones comerciales, generan mayores ingresos?	
			Estrategia de comunicación	Marketing	7. ¿Las promociones, ofertas de los productos sirven para tener mayores ventas?	
					8. ¿Las promociones que se hacen en una fecha festiva tiene más acogida?	
			Análisis FODA	Abastecimiento	9. ¿Están abastecidos con equipos para concretar las ventas?	
					10. ¿Les dan ofertas que promociones, cada vez que tengan un exceso de equipos?	

Tabla 3. Variable dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINCIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS
Rentabilidad	La rentabilidad es la que genera utilidad o beneficio donde se determina que toda empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos, según Acosta 1992.	Esta variable es la nos permite conocer que tanto ha variado la Rentabilidad en los periodos 2019 - 2020, donde se está realizando una guía documental.	Rentabilidad Económica	Positivo Negativo Neutro	Técnica: Análisis documental Instrumento: Guía de análisis documental
			Rentabilidad Financiera		
			Rentabilidad Comercial		
			Margen de Utilidad	Ganancia	
				Perdida	

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez, y confiabilidad

2.4.1. Técnica

Encuesta

Según Naresh (2021) las encuestas son aquellas utilizadas en un número indeterminado de personas que a través de la encuetas se obtiene información, este es un método que muchos investigadores utilizan porque les permiten obtener la información de forma real y es por ello que los investigadores deben saber exactamente cuál es su fin.

Análisis documental

En la investigación se utilizó el análisis documental que se dio en analizar los periodos 2019 – 2020 en los estados financieros y estados de resultados, para verificar la diferencia de la rentabilidad.

2.4.2. Instrumento

Cuestionario

Hernández (2012), Se empleo a los colaboradores del área comercial para poder saber de quienes son las estrategias comerciales que ponen en práctica para realizar ventas.

Guía de análisis documental

En la presente investigación se tomó la guía para analizar los estados financieros y estado de resultados de periodos 2019 – 2020.

2.4.3. Validez

Kane (2006) nos habla que es una acumulación de pruebas que tiene que tener relación a la variable aplicada en la investigación para poder interpretar y hacer uso de la información recolectada.

2.4.4. Confiabilidad

Thompson (1994) nos habla que no podemos considerar ningún dato mientras no sea suficientemente confiable teniendo la característica a considerarse estable.

2.5. Procedimiento de Recolección de datos

Para el análisis de los datos se utilizó una investigación explicativa – no experimental, donde se aplicó el análisis de estados de situación financiera de periodos 2019 – 2020, donde teniendo los resultados del análisis se procedió a discutir los objetivos planteados.

2.6. Aspectos éticos

Delgado (2002), determina que, desde el punto de vista ético, se tiene que tener en cuenta:

Respeto a las personas: Que tiene que ver que no se puede obligar a alguien a hacer algo que no sea de su libre consentimiento.

Beneficencia: Es el aspecto ético que disminuye el riesgo porque si es dentro del balance razonable de los riesgos para la empresa.

Justicia: Es cuando se tiene muchas respuestas que puedan ser similares, pero se tiene que tener respeto por la más mínima similitud, porque siempre debe haber un aspecto que lo tiene que diferencias y tratarse con justicia misma.

2.7. Criterios de rigor científico

Credibilidad. – Es la que se logra recolectando información de lo que se observa y se plática con el objeto de estudio y es de lo cual se tiene resultados de estudio verdaderos.

Confirmabilidad. – Es a través del cual se le hace seguimiento a lo que se quiere lograr y el estudio que es la toma de las decisiones e ideas que se tuvo como autor.

Transferibilidad. – Es cuando se amplía resultados, pero en base a otras investigaciones, que nos ayudan a extender lo estudiado, mediante los hallazgos.

III. RESULTADOS

3.1. Tablas y Figuras

A) Objetivo específico 1: Evaluar las estrategias comerciales

Tabla 4. Análisis de selección de estrategias

Categoría	N	%
NUNCA	5	42
CASI NUNCA	7	58
A VECES	0	0
CASI SIEMPRE	0	0
SIEMPRE	0	0
Total	**12**	**100**

Fuente: Elaboración propia

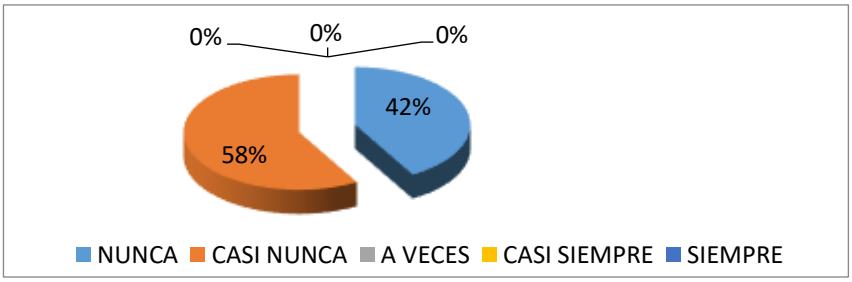


FIGURA 1. Gestión de estrategias tomadas por los colaboradores.

Interpretación:

De la tabla 4 y figura 1 nos da a conocer el nivel de seguridad que se tiene en las estrategias comerciales que son dadas por los colaboradores de la entidad y de las cuales con su aplicación se puede tener mayor ingreso y que muy a pesar de abastecerse con mercadería, se tenga que dar salida a la misma antes de finalizar su lanzamiento, ya que la tecnología día a día se viene actualizando y las necesidades son mayores.

Tabla 5. Análisis de porcentaje de duda en tomar una estrategia comercial

Categoría	N	%
NUNCA	5	16
CASI NUNCA	7	23
A VECES	19	61
CASI SIEMPRE	0	0
SIEMPRE	0	0
Total	**31**	**100**

Fuente: Elaboración propia

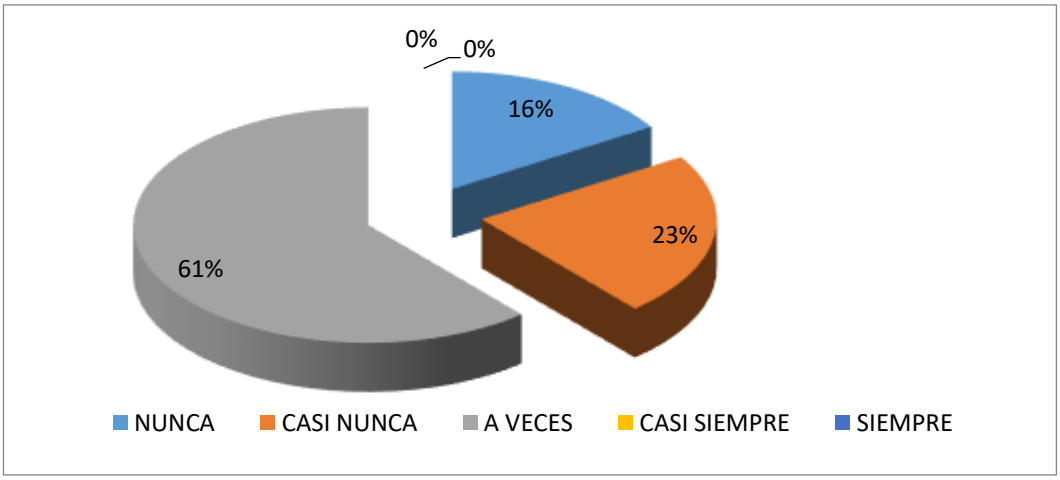


FIGURA 2. Gestión de toma de estrategias

Interpretación:

De la tabla 5 y figura 2 del 100% de los encuestados, el 61% se considera que a veces se toma las estrategias de los colaboradores pero el 23% es de casi nunca lo hacen y en un 16% es que nunca las toman, pero podemos darnos cuenta que si son tomadas no cumplen los objetivos de la empresa y es porque posiblemente no se realiza un análisis a aquellas estrategias comerciales, antes de ser aplicadas y tan solo se da la negatividad de la misma, cuando lo que se debe de hacer es ponerla en práctica y si no funciona, pues no dejarla por mucho tiempo e ir cambiando día a día , porque así como crece la tecnología, deben crecer sus conocimientos.

Tabla 6. Análisis de las alternativas totales de estrategias comerciales

Categoría	N	%
NUNCA	5	3
CASI NUNCA	7	4
A VECES	19	12
CASI SIEMPRE	51	32
SIEMPRE	78	49
Total	**160**	**100**

Fuente: Elaboración propia

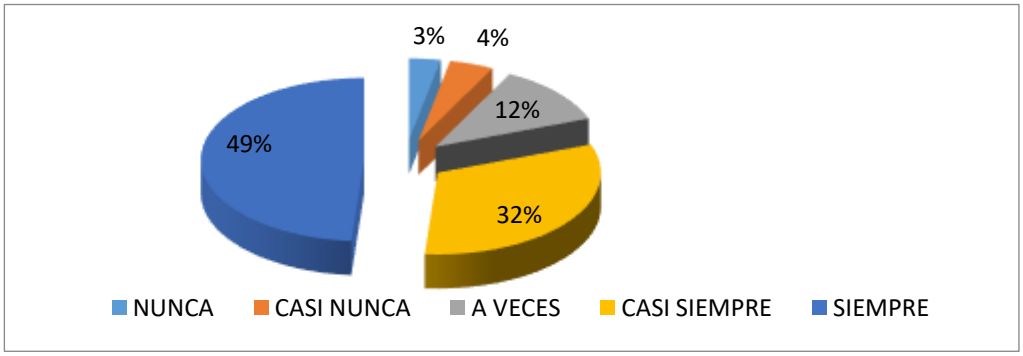


FIGURA 3. Toma de estrategias comerciales

Interpretación

De la tabla 6 y figura 3, tenemos la aplicación de estrategias comerciales en la encuesta aplicada con interrogantes en general, que, si son dadas por los colaboradores, si son las correctas, si están bien abastecidos con mercadería y si están bien capacitados. Donde vemos que en 49% los trabajadores si están de acuerdo con las estrategias que se toman, pero existe un 32% que está en dudas y acepta lo que se les diga por compromiso y necesidad de ganar, luego en 12% que sienten que no están bien capacitados como que las estrategias comerciales no son buenas, luego un 4% de casi nunca que significa que muy pocos piensan en que no funcionen y que no estén abastecidos, porque en un 3% nunca están conformes.

B). Objetivo específico 2: Evaluar el nivel de la rentabilidad

Para determinar la rentabilidad se utilizó indicadores de rentabilidad, Además, los resultados de la rentabilidad de la empresa durante los años 2019–2020 fueron tabulados en tablas y figuras en cumplimiento a los objetivos planteados:

Para dar cumplimiento a los objetivos formulados en el estudio se elaboró un instrumento denominado ficha de registro de datos para conocer la rentabilidad de la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L., Chiclayo periodos 2019–2020.

Tabla 7. Estado de resultados comparativo 2019 y 2020

GRUPO BZ COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIONES E.I.R.L.
R.U.C. 20602089178

COMPARATIVO DE ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019 Y 2020
* SOLES *

	2019	2020
INGRESOS OPERACIONALES:		
Ventas Netas (Ingresos Operacionales)	1,793,077.33	2,280,699.38
Otros Ingresos Operacionales	0.00	89,590.76
Total Ingresos Brutos	1,793,077.33	2,370,290.14
COSTO DE VENTAS:		
Costo de Ventas (Operacionales)	-1,383,009.11	-1,870,626.03
Otros Costos Operacionales	0.00	0.00
Total Costos Operacionales	-1,383,009.11	-1,870,626.03
UTILIDAD BRUTA	**410,068.22**	**499,664.11**
Gastos de Ventas	-71,792.10	-92,069.09
Gastos de Administración	-223,091.74	-301,934.72
Ganancia (Pérdida) por Venta de Activos	0.00	0.00
Otros Ingresos	-30,993.80	2,775.87
Otros Gastos	0.00	0.00
UTILIDAD OPERATIVA	**84,190.58**	**108,436.17**
Ingresos Financieros	-5737.75	-97.93
Gastos Financieros	-26,207.98	-48,113.49
Participación en los Resultados	0.00	0.00
Ganancia (Pérdida) por Inst.Financieros	0.00	0.00
RESULTADO ANTES DE IMPTO RENTA	**52,244.85**	**60,224.75**
Participación de los Trabajadores	0.00	0.00
Impuesto a la Renta	0.00	0.00
UTILIDAD (PERDIDA) NETA DE ACT. CONT.	**52244.85**	**60224.75**
Ingreso (Gasto) Neto de Oper. Discont.	0.00	0.00
UTILIDAD (PERDIDA) DEL EJERCICIO	**52244.85**	**60224.75**

Fuente: Elaboración propia en base a estado de resultados 2019 y 2020

Tabla 8. Estado de situación financiera comparativo 2019 - 2021

GRUPO BZ COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIONES E.I.R.L.
R.U.C. 20602089178
BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019 y 2020
* SOLES *

ACTIVOS	**2019**	**2020**
ACTIVOS CORRIENTES		
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	78,133.05	95,148.81
Existencias	515,562.32	922,143.64
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**593,695.37**	**1,017,292.45**
ACTIVOS NO CORRIENTES		
Inversiones Inmobiliaras	0	24.58
Inmuebles, Maquinaria y Equipo	11,851.21	11,851.21
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**11,851.21**	**11,875.79**
TOTAL ACTIVOS	**605,546.58**	**1,029,168.24**

PASIVOS Y PATRIMONIO	**2019**	**2020**
PASIVOS CORRIENTES		
Cuentas por Pagar Comerciales	131,505.59	407,214.01
Impuesto a la Renta y Participaciones	-74,235.87	-71,117.38
Otras Cuentas por Pagar	69,716.60	169,716.60
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**126,986.32**	**505,813.23**
PASIVOS NO CORRIENTES		
PATRIMONIO NETO		
Capital	380,000.00	380,000.00
Resultados Acumulados	46,315.41	83,130.26
RESULTADO DEL EJERCICIO	52,244.85	60,224.75
Total Patrimonio Neto Atribuible a la	**478,560.26**	**523,355.01**
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO NETO	**605,546.58**	**1,029,168.24**

Fuente: Elaboración propia en base a balance general comparativo 2019 y 2020

Ratios de rentabilidad:

Tabla 9. Calculo de ratios

Rentabilidad	2019	2020
Margen Bruto	22.87%	21.91%
Margen Operativo	4.70%	4.75%
Margen Neto	2.91%	2.64%
ROA	13.90%	10.54%
ROE	10.92%	11.51%
TOTALES	**55.30%**	**51.35%**

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Analizando nos podemos dar cuenta que ratio que a través del ratio de margen bruto nos podemos dar cuenta que las ventas han aumentado, pero no es eso de que las ventas aumentaron, sino que la empresa hace activaciones de ventas en cuotas y emiten los comprobantes al monto en que se activan , mas no en lo que ingresa , y eso se realiza de esa forma por un acuerdo entre el DAC y el CAC, y es por ello que podemos ver ese aumento, pero analizamos los demás ratios nos podemos dar cuenta que ha tenido una cierta disminución y eso es causa de la pandemia que atravesamos, donde se tuvo que cerrar y inclinarse a las ventas a través del mercado electrónico, ya que solo eran activación por Facebook y entregas a domicilio.

Tenemos que el margen neto del año 2019 al año 2020, ha tenido un decrecimiento y es debido a que ese ha tenido mayores ventas, pero la utilidad no ha aumentado mucho , para el 2019 se tenía una utilidad de 52,244.88 y para el 2020 se obtuvo 60,224.75 habiendo una aumento de 7,979.90, pero así mismo los gastos financieros han aumentado descontroladamente porque en el 2020 no se tuvo mucha disponibilidad de efectivo inmediato, ya que nos podemos dar cuenta que se incrementó en 406,581.32 que es un aumento fuerte, pero es por motivo a abastecerse de equipos de última generación, porque si se acaba la disponibilidad , hacer pedido de zonas más lejanas, demoraría en llegar y se pagaría más por él envió.

C). Objetivo específico 3: Evaluar de qué manera las estrategias comerciales tienen relación con la rentabilidad en la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L.

La relación encontrada entre variables, es que mientras se realicen buenas estrategias para obtener ingresos, la rentabilidad no va a ser afectada y se va a mantener y crecer, pero todo depende de las estrategias que los encargados de generar ventas realicen y con el carácter y la eficiencia, donde motiven al cliente a querer comprar y ellos logren cerrar una venta.

Las estrategias están dadas con una comisión, donde el vendedor motiva al comprador y la empresa motiva al vendedor, para que tenga la motivación y el carácter de cerrar una venta porque sabe que va a tener un bono, al igual que es el cliente al ofrecerle el producto y tenga algún descuento.

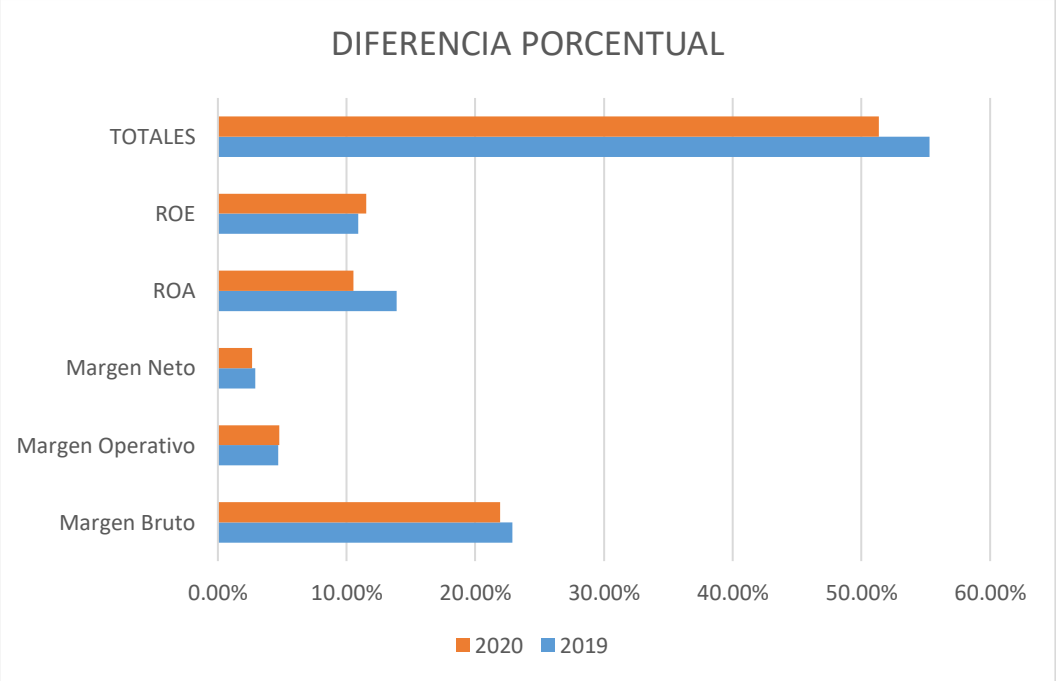


FIGURA 4. Tabla de barras de ratios

Interpretacion:

Decimos que las estrategias comerciales tiene relacion con la rentabilidad, porque son la fuente de ingresos, en el aspecto que si se tiene mejores ofertas y mejores formas de convenser a un cliente, en que sienta confianza y quiera adquirir el servicio o el bien, se tienen que tener bien capacitados a casa uno de los colaboradores y como vemos en la figura 4, los ratios han tenido inpacto en el 2020.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

La propuesta de estrategias comerciales si ayudan a tener rentabilidad, y esta debe estar compuesta por ideas de los propios colaboradores, ya que son ellos los que tienen el contacto mas directo con el cliente.

Las estrategias comerciales, tienen varios propósitos, que todo depende de la calidad de vender y ofrecer las mejores promociones, para así poder obtener el mayor ingreso y la rentabilidad tenga un crecimiento día a día, además que con la pandemia que atravesamos muchos negocios cerraron.

La evaluación de la rentabilidad entre periodos, nos ha demostrado que hemos sabido mantener la estabilidad, pero que si ha disminuido y no solo por las ventas, sino por la enfermedad COVID19, donde no estábamos actos de abrir locales que no vendan medicina y alimentos, pero aun así nos hemos mantenido, pero se ha tenido con la necesidad de disminuir personal para ello.

Las estrategias tienen relación con la rentabilidad porque a través de ellas se pueden generar ingresos que hagan mantener el negocio y a pesar de haber pasado por la situación mas difícil de permanencia en el 2020, hemos sabido superar en cierta parte la crisis, pero si se ha tenido una disminución en la rentabilidad en ese periodo, donde a pesar de las estrategias puestas en practica no se ha podido vender igual que años anteriores.

4.2. Recomendaciones

Al gerente de Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L. aplicar estrategias comerciales con las ideas del personal del área comercial para evitar disminuir en tener ingresos por ideas administrativas que no tengan resultados, ya que el área administrativa no tiene tanto contacto como el área comercial, el ambiente debe ser agradable, estableciendo objetivos para determinar los bonos, descuentos y lanzamientos dando oportunidades para la empresa y convirtiendo en una amenaza la competencia, estableciendo acciones concretas para marcar la diferencia y poder tener una mayor rentabilidad de lo invertido con lo recuperado.

Al gerente de Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L. realizar periódicamente capacitaciones dando a conocer las nueva ofertas y la competencia que le permita medir el nivel de Rentabilidad que tendría si realiza la estrategia pensada.

Al gerente de Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L. realizar análisis comparativos de diferentes periodos a sus estados financieros, que le permita evaluar las variaciones del rubro de ventas, aplicando los ratios de rentabilidad.

Al gerente de Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L. observar las estrategias propuestas y seleccionar solo las que van a permitir aumentar la rentabilidad y así mismo tener el mayor ingreso.

V. REFERENCIAS

Antícona (2018) “Incidencia en la rentabilidad que ocasiona el nivel de control de suministros de la empresa A y S”. (Tesis para título contador Público). Universidad Cesar Vallejo, Chiclayo - Perú. Obtenido por http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27521/Anticona_TDA.pdf?sequence=1

Antúnez & Torres (2020) “El control de inventarios y su impacto en la rentabilidad de la empresa Distribuidora Quiro S.A.C., Puente Piedra,2019” (Tesis para obtener el grado de bachiller en Contabilidad). Universidad Tecnológica del Perú. https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3941/Gabriel%20Antunez_Cristian%20Torres_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ballena (2018) “El costo del financiamiento bancario del valor patrimonial de las Mypes” (Tesis para obtener título profesional de contador público). Universidad Nacional Agraria de la Selva. http://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1530/MABB_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bilbao, (2015) “Impacto de las estrategias comerciales en la comercialización del camotepan en el distrito de la Molina” (Tesis para optar el grado de magister scientiae en agronegocios). Universidad Nacional Agraria la Molina. Obtenido de http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/2062/E70-B5-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Duque & Molina (2018), “Determinación de la rentabilidad de las inversiones realizadas en investigación, desarrollo e innovación” Colombia (Trabajo de grado para optar el título de magister en Administración financiera) Universidad EAFIT. Obtenido de https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12915/Jonathan_DuqueArboleda_YormenNery_MolinaHern%C3%A1ndez_2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Duran (2019), “El apalancamiento financiero y su influencia en la Rentabilidad de la empresa Alicorp S.A.A, año 2010 – 2017” (Tesis para optar el título de contador público con mención en auditoria). Universidad Privada de Tacna, obtenido por http://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/UPT/774/6/Duran-Carrillo-Maryleyoy.pdf

Garro (2018) “Estrategia comercial y la productividad en la empresa Masedi,2017” (Tesis para optar el grado académico de: Maestro en administración de Negocios MBA). Universidad Cesar Vallejo, Lima -Perú. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12961/Carre%C3%B1o_MLR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gómez (2018) “Estudio de la relación entre el costo de producción y la rentabilidad de las empresas industriales que cotizan en la bolsa de valores de lima. Periodo 2006-2016” (Tesis para optar el título de contador público). Universidad Nacional de Piura. Obtenido por http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1606/CON-GOM-DOM-2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lazo & Ramón (2019) “El endeudamiento y su impacto en la rentabilidad de Alicorp S.A.A. periodo 2009 – 2017” (Tesis para optar el grado académico de

maestro en finanzas) Universidad nacional del Callao. Obtenido por http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/UNAC/4395/de%20la%20vega%20bernales%20y%20ramon%20gomez%20maestria%20economia%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lumby (2018), “Diagnóstico Financiero para la Empresa Sistema S.A. correspondiente al período 2015-2016 Nicaragua (Tesis para optar al título de Máster en Finanzas). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua Unan Managua – Recinto Universitario “Carlos Fonseca Amador”. Obtenido de https://repositorio.unan.edu.ni/9701/1/19120.pdf

Martínez (2017), “Estrategias comerciales y su impacto en la rentabilidad de las medianas empresas del sector de calzado de la ciudad de Ambato” (Trabajo de investigación, previo a la obtención del Grado Académico de Magister en Administración Financiera y Comercio Internacional). Universidad Técnica de Ambato. https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/25317/3/T3991M.pdf

Nata & Ortega (2018) ‘’Costos de producción y su incidencia en la Rentabilidad de la empresa Indunevall de la cuidad de Ambato para el periodo 2017 - Ecuador”. (Tesis para la obtención del título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría). Universidad Católica del Ecuador Sede Santo Domingo. Obtenido de https://issuu.com/pucesd/docs/9_ica_nata_ortega_trabajo_de_titula

Peche & Salazar (2018) “Estrategias comerciales para la empresa AGROBIEN S.A.C. Jaén – Periodo 2016-2017” (Tesis para optar el titulo de: Licenciado en administración de empresas). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1334/1/TL_PecheVallejosJosh

ep_SalazarRiveraKaren.pdf.pdf

Rodríguez, (2018) “La Gestión Financiera en la Rentabilidad de la empresa Lucho Tour S.R.L. – Huaraz, Periodo 2018” Ríos Kelly (2014)” (Tesis para obtener el título profesional de contador público). Universidad Nacional “Santiago Antúnez de Mayolo”. Obtenido de http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/3564/T033_46184142_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salazar (2019) “Costos por procesos y su impacto en la rentabilidad de la compañía” Guayaquil (Tesis para precio a la obtención del título de ingeniería en contabilidad y auditoría – CPA). Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Obtenido de http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/3363/1/T-ULVR-2945.pdf

Talavera (2019) “Evaluación del impacto del Marketing Mix en las ventas y Rentabilidad de una tienda de artículos deportivos en el centro comercial plaza norte en el periodo 2015-2016” (Tesis para optar el grado académico de maestra en administración de negocios). Universidad Ricardo Palma, Lima – Perú. https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/1438/FJTALAVERAC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Uverlan (2015) “Factores determinantes de la rentabilidad de los bancos en los países del Mercosur. Un enfoque contable” Córdoba (Tesis doctoral contabilidad). Universidad Nacional de Córdova. Obtenido de https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/2240/Rodrigues%20Primo%2C%20Uverlan.Factores%20determinantes%20de%20la%20rentabilidad%20de%20los%20bancos%20en%20los%20pa%C3%ADses%20del%20Mercosur.%20Un%20enfoque%20contable.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vargas (2016) “Implantación de un sistema de costos por proceso y su efecto en la rentabilidad de la empresa Alpaca Color S.A.” (Tesis para obtener el título de Contador Público). Universidad Autónoma del Perú. Obtenido de http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/355/1/VARGAS%20ALFARO,%20JHONNATAN%20JACK.pdf

Vásquez (2019) “Análisis de costos y diseño de estrategias para mejorar la rentabilidad de los pequeños caficultores en el caserío vista alegre distrito de Chotalí-Cajamarca, 2017” (Tesis para optar el título de contador público) Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/1840/TL_VazquezCoronelNixon.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Villareal & Chiroque (2017) “Aplicación del Sistema Costos Basado en Actividades y su Efecto en la Rentabilidad de la Empresa Unipersonal de Chacón Rodríguez Lola del Distrito de Tarapoto – 2014” (Tesis para obtener el título profesional de Contador Público). Universidad Nacional de San Martin – Tarapoto. Obtenido de http://repositorio.unsm.edu.pe/bitstream/handle/11458/2606/CONTABILIDAD%20%20Obed%20Charly%20Villareal%20y%20Ronald%20Cristhian%20Chiroque.pdf?sequence=1&isAllowed=y

VI. ANEXOS

Anexos 1. Resolución de aprobación

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN Nº 1121-FACEM-USS-2020

Chiclayo, 28 de octubre de 2020.

VISTO:
El Oficio N°0559-2020/FACEM-DC-USS de fecha 26/10/2020, presentado por el (la) Director (a) de la Escuela Académico Profesional de Contabilidad y el proveído del Decano de FACEM, de fecha 27/10/2020, sobre aprobación de proyectos de investigación, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con la Ley Universitaria N° 30220 en su artículo 45° que a la letra dice: Obtención de grados y títulos: La obtención de grados y títulos se realizará de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas. Los requisitos mínimos son los siguientes: 45.1 Grado de Bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

Que, según Art. 20 del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Señor de Sipán, aprobado con Resolución de Directorio N° 210-2019/PD-USS de fecha 08 de noviembre de 2019, indica que los temas de trabajo de investigación, trabajo académico y tesis son aprobados por el Comité de Investigación y derivados a la facultad, para la emisión de la resolución respectiva. **El periodo de vigencia de los mismos será de dos años, a partir de su aprobación.**

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE

ARTICULO ÚNICO: APROBAR los proyectos de investigación, de los estudiantes del IX ciclo de la asignatura de Investigación I, sesión "A", de la modalidad presencial PAST, semestre 2020- II, de la Escuela Académico Profesional de Contabilidad, a cargo del docente Dr. VIDAURRE GARCIA WILMER ENRIQUE, según se indica en cuadro adjunto.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE

Dr. EDGAR ROLAND TUESTA TORRES
Decano(e)
Facultad de Ciencias Empresariales

Mg. Sandra Mary Guerrero
SECRETARIA ACADEMICA (E)

Cc.: Escuela, Archivo

ADMISIÓN E INFORMES
074 481610 - 074 481632
CAMPUS USS
Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, **Perú**

www.uss.edu.pe

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN Nº 1121-FACEM-USS-2020

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	TÍTULOS	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
1	ACUÑA RIMARACHÍN DORALIZA	CULTURA TRIBUTARIA Y SU RELACIÓN CON LA INFORMALIDAD EN LOS COMERCIANTES DEL MERCADO CENTRAL DE LA CIUDAD DE CHOTA, CAJAMARCA 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
2	ARÉVALO MOLDRAGÓN ARACELY		
3	BUSTAMANTE KLING QUELLY SABRINA	PROCEDIMIENTOS DE CONTROL CONTABLES Y SU INCIDENCIA EN LAS CUENTAS POR PAGAR DE LA EMPRESA SERVICENTRO SANTA YSABEL SAC, BAGUA GRANDE 2020.	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
4	SERNA ROSALES JHON ERLIN		
5	CABRERA ESPINOZA BLANCA BEATRIZ	GESTIÓN EN LAS CUENTAS POR COBRAR COMERCILAES Y SU EFECTO EN LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA "EL ÁGUILA" S.R.L, CHICLAYO 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
6	DÁVILA CORONEL LILI		
7	CAMIZAN CUNIAS SHIRLEY MILENA	CONTROL TRIBUTARIO PARA AUMENTAR LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO PREDIAL EN LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE JOSÉ LEONARDO ORTIZ, CHICLAYO 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
8	MECHAN PAZ JORGE LUIS		
9	CAMPOS CLAVO EINER	GESTIÓN LOGÍSTICA PARA MEJORAR EL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE MATERIALES EDUCATIVOS EN LA UGEL CHOTA, CAJAMARCA 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
10	NAVARRO DIAZ SEGUNDO		
11	CASAS LLAGUENTO LOURDES LUCIA	CONTROL INTERNO PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE BIENES PATRIMONIALES DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLOGICO PUBLICO ENRIQUE LOPEZ ALBUJAR, FERREÑAFE 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
12	DE LA CRUZ RODRIGUEZ CLAUDIA FRANCISCA		
13	CASTILLO DELGADO MIGUEL ANGEL	ESTRATEGIAS DE RIESGO CREDITICIO PARA LA DISMINUCIÓN DE MOROSIDAD EN LA COOP AHORRO Y CRÉDITO SAN FCO DE MOCUPE, LAMBAYEQUE 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN Nº 1121-FACEM-USS-2020

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	TÍTULOS	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
14	CHÁVEZ OLANO JORGE ORMEÑO	CONTABILIDAD GUBERNAMENTAL Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN DE TESORERÍA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE CHOTA, CAJAMARCA 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
15	BUSTAMANTE GARCÍA EDUARD		
16	CUSMA ALVITRES WENDY JUDIT	AUDITORÍA TRIBUTARIA PREVENTIVA PARA EVITAR CONTINGENCIAS TRIBUTARIAS EN LA EMPRESA TRANSPORTES DANIEL LA GRANJA S.R.L, CHICLAYO 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
17	SALAZAR HEREDIA LEYDI		
18	DELGADO SÁNCHEZ JENIFFER JUDIXA	CONTROL DE INVENTARIOS PARA MEJORAR LA GESTIÓN LOGÍSTICA DE LA GERENCIA SUB REGIONAL UTCUBAMBA, AMAZONAS 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
19	DÍAZ GUEVARA KARINA		
20	ENEQUE ESPINOZA CARLOS ENRIQUE	CONTROL INTERNO PARA MEJORAR LOS PROCESOS CONTABLES DE LA EMPRESA JHS & MD INGENIEROS SAC, LA LIBERTAD 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
21	FERNÁNDEZ BAUTISTA MARIA LIDUVINA	PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO FINANCIERO PARA AUMENTAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA GESTION CONSULTORIA Y MULTISERVICIOS S.A.C., CHICLAYO 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
22	HEREDIA HEREDIA JOSE MINER	SISTEMA DE CONTROL INTERNO PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA JURIDICA CUTERVO, CAJAMARCA 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
23	HERRERA REGALADO FLOR ESMILDA	CONTROL INTERNO PARA UN MEJOR CONTROL PATRIMONIAL EN LA UNIDAD DE GESTION EDUCATIVA LOCAL CHOTA, CAJAMARCA 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
24	HERRERA SAAVEDRA EDILMER		
25	HUAMAN LEYVA MARILU	CONCIENCIA TRIBUTARIA Y SU INCIDENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES TRIBUTARIAS EN FARMACIAS DE LA CIUDAD DE CHOTA, CAJAMARCA 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
26	PERALTA BUSTAMANTE JANIBER		
27	JAIME PERALES GRETTY MARITE	CONTROL INTERNO PARA EVITAR INFRACCIONES TRIBUTARIAS EN LA EMPRESA INTI AGROINDUSTRIA Y CONSTRUCCIONES SAC, CHICLAYO 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN Nº 1121-FACEM-USS-2020

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	TÍTULOS	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
28	NUÑEZ COLUNCHE MILER NEISER	CONTROL INTERNO Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA INVERSIONES Y SERVICIOS MULTIPLES CEMAFEL SAC, CHICLAYO 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
29	ROJAS TERRONES NELY	ESTRATEGIAS TRIBUTARIAS PARA MEJORAR LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO PREDIAL DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE OLMOS, LAMBAYEQUE 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
30	TESEN SOTERO SONIA YOVANNY		
31	SOLANO PUSE ALMA ROSA	COSTO FINANCIERO Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA INDUSTRIAS PERUANAS SANTA JULIA S.A.C., LAMBAYEQUE 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
32	TAPIA PERALTA SELLY YESSENIA	ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ZANAHORIA EN EL DISTRITO DE BAMBAMARCA, 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
33	TERRONES GARCIA YESICA YOVANA	COSTOS DE PRODUCCION PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE LA EMPRESA COMERCIALIZADORA PACASMAYO SRL, LA LIBERTAD 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
34	TORRES ROJAS CESAR ADI	CULTURA TRIBUTARIA PARA DISMINUIR LA INFORMALIDAD DE LOS COMERCIANTES DE ABARROTES EN LA CIUDAD DE TACABAMBA, CAJAMARCA 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
35	VASQUEZ RAFAEL MARIA CELINDA	PROPUESTA DE CUADRO DE MANDO INTEGRAL PARA MEJORAR LA GESTION EMPRESARIAL EN LA ASOCIACION ASPROAGRO MONTEGRANDE, CAJAMARCA - 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
36	CARRASCO TORRES JESUS ALBERTO		
37	VASQUEZ SAUCEDO MADIÑO	ESTRATEGIAS DE COBRANZA PARA DISMINUIR LA MOROSIDAD DEL IMPUESTO PREDIAL EN LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUALGAYOC, CAJAMARCA 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
38	VIDAURRE FERROÑAN DELIA VERONICA	ESTRATEGIAS DE CONTROL INTERNO PARA EVITAR CONTIGENCIAS TRIBUTARIAS EN LA EMPRESA MULTISERVIS HH E.I.R.L, AMAZONAS 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N°0497-2021/FACEM-USS

Chiclayo, 18 de junio de 2021.

VISTO:

El Oficio N°0191-2021/FACEM-DC-USS de fecha 14/06/2021, y el proveído del decano de la FACEM, de fecha 16/06/2021, y;

CONSIDERANDO:

Que, la constitución Política del Perú en su Artículo 18° establece que "Cada Universidad es autónoma en su régimen normativo de gobierno, académico, administrativo y económico. Las universidades se rigen por sus propios Estatutos en el marco de la constitución y las leyes".

Que, acorde con lo establecido en el Artículo 8° de la Ley Universitaria, Ley N° 30220, "La autonomía inherente a las Universidades se ejerce de conformidad con lo establecido en la Constitución, la presente ley demás normativas aplicable. Esta autonomía se manifiesta en los siguientes regímenes: normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico". La Universidad Señor de Sipán desarrolla sus actividades dentro de su autonomía prevista en la Constitución Política del Estado y la Ley Universitaria N° 30220.

Que, según Oficio N°0191-2021/FACEM-DC-USS de fecha 14/06/2021, la Directora de la Escuela Profesional de Contabilidad, Dra. Mariluz Amalia Cabrera Sánchez, solicita modificación de título de los proyectos de tesis de los estudiantes que se detallan en la parte resolutiva, los cuales fueron aprobados con resolución N°1121-FACEM-USS-2020 de fecha 28 de octubre de 2020,

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE

ARTICULO ÚNICO: MODIFICAR la Resolución N° N°1121-FACEM-USS-2020, de fecha de 28 de octubre de 2020, numerales 5, 6, 18, 19, 23 y 31; según se detalla en cuadro adjunto:

DICE:

N°	AUTOR(S)	TITULO	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
1.	- JAIME PERALES GRETTY MARITE	CONTROL INTERNO PARA EVITAR INFRACCIONES TRIBUTARIAS EN LA EMPRESA INTI AGROINDUSTRIA Y CONSTRUCCIONES S.A.C, CHICLAYO 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
2.	- DIAZ GUEVARA KARINA - DELGADO SANCHEZ JENIFFER JUDIXA	CONTROL DE INVENTARIOS PARA MEJORAR LA GESTIÓN LOGÍSTICA DE LA GERENCIA SUB REGIONAL UTCUBAMBA, AMAZONAS 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

3.	- SOLANO PUSE ALMA ROSA	COSTO FINANCIERO Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA INDUSTRIAS PERUANAS SANTA JULIA S.A.C. LAMBAYEQUE 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
4.	- CABRERA ESPINOZA BLANCA BEATRIZ - DAVILA CORONEL LILI	GESTIÓN EN LAS CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES Y SU EFECTO EN LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA "EL ÁGUILA" S.R.L, CHICLAYO 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

DEBE DECIR:

N°	AUTOR(S)	TITULO	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
1.	- JAIME PERALES GRETTY MARITE	CONTROL INTERNO PARA EVITAR INFRACCIONES TRIBUTARIAS EN LA EMPRESA MGA INGENIEROS ASOCIADOS EIRL, CHICLAYO 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
2.	- DIAZ GUEVARA KARINA - DELGADO SANCHEZ JENIFFER JUDIXA	CONTROL DE INVENTARIOS PARA MEJORAR LA GESTIÓN LOGÍSTICA DE LA GERENCIA SUB REGIONAL UTCUBAMBA, AMAZONAS 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
3.	- SOLANO PUSE ALMA ROSA	ESTRATEGIAS COMERCIALES Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA GRUPO BZ COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIONES E.I.R.L. - CHICLAYO 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO
4.	- CABRERA ESPINOZA BLANCA BEATRIZ - DAVILA CORONEL LILI	GESTIÓN EN LAS CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES Y SU EFECTO EN LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA "EL ÁGUILA" S.R.L, CHICLAYO 2020	GESTIÓN EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE

Dr. EDGAR ROLAND TUESTA TORRES
Decano(e)
Facultad de Ciencias Empresariales

Mg. Carla Angélica Reyes Reyes
Secretaria Académica
Facultad de Ciencias Empresariales

Cc.: Escuela, Archivo

ADMISIÓN E INFORMES
074 481610 - 074 481632
CAMPUS USS
Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, **Perú**

www.uss.edu.pe

Anexos 2. Formato T1

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

FORMATO N.º T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DEL AUTOR
(LICENCIA DE USO)

Pimentel, 21 de julio de 2021

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente. -

EL suscrito: Alma Rosa Solano Puse, con DNI 71574080
En mí calidad de autor exclusivo del trabajo de grado titulado: **"ESTRATEGIAS COMERCIALES Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA GRUPO BZ COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIONES E.I.R.L. - CHICLAYO 2020"**, presentado y aprobado en el año 2021 como requisito para optar el título de CONTADOR PUBLICO, de la Facultad de Ciencias empresariales, Programa Académico de CONTABILIDAD, por medio del presente escrito autorizo al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre mi trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – http://repositorio.uss.edu.pe, así como de las redes de información del país y del exterior.

Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo N.º 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
Solano Puse Alma Rosa	71574080	

Anexos 3. Acta de Originalidad

USS | UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

ACTA DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, **CHAPOÑAN RAMÍREZ EDGARD,** coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de contabilidad y revisor de la investigación aprobada mediante Resolución N° 0497– 2021/FACEM-USS, del estudiante **Solano Puse Alma Rosa** Titulada, **Estrategias Comerciales y su impacto en la rentabilidad de la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L. – Chiclayo 2020.**

Se deja constancia que la investigacion antes indicada tiene un índice de similitud del 23 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud TURNITIN

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigacion, aprobada mediante Resolución de directorio N° 221-2019/PD-USS de la Universidad Señor de Sipán.

Pimentel, 25 de enero de 2022

Nota: La investigacion ha sido pasada por el sistema antiplagio, solo por el Coordinador de Investigacion y responsabilidad social.

ALMA ROSA SOLANO PUSE-TESIS (1).docx
24 ene 2022
9596 palabras/ 52813 caracteres

Alma Rosa Solano Puse

ESTRATEGIAS COMERCIALES Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA GRUPO B...

Resumen de fuentes

23%
SIMILITUD GENERAL

1	repositorio.uss.edu.pe INTERNET	8%
2	repositorio.ucv.edu.pe INTERNET	4%
3	repositorio.uladech.edu.pe INTERNET	1%
4	repositorio.ulasamericas.edu.pe INTERNET	<1%
5	core.ac.uk INTERNET	<1%
6	repositorio.unsm.edu.pe INTERNET	<1%
7	tesis.usat.edu.pe INTERNET	<1%
8	hdl.handle.net INTERNET	<1%
9	Universidad de Ciencias y Humanidades on 2021-10-06 TRABAJOS ENTREGADOS	<1%
10	repositorio.uta.edu.ec INTERNET	<1%
11	Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote on 2020-07-14 TRABAJOS ENTREGADOS	<1%
12	repositorio.upt.edu.pe INTERNET	<1%
13	bibliotecadigital.univalle.edu.co INTERNET	<1%
14	repositorio.upn.edu.pe INTERNET	<1%
15	repositorio.uwiener.edu.pe INTERNET	<1%
16	repositorio.untrm.edu.pe INTERNET	<1%
17	Universidad Católica del CIBAO on 2021-10-28 TRABAJOS ENTREGADOS	<1%
18	cbhdoce.org.br INTERNET	<1%
19	Nataliya Barbera Alvarado, Dorkys Coromoto Rojas Nieves. "Tendencias en la Investigación Universitaria. Una Visión desde Latinoamérica. Volumen V", Alianza de Investigadores Internacionales SAS, 2019 CROSSREF	<1%
20	Universidad Cesar Vallejo on 2021-02-02 TRABAJOS ENTREGADOS	<1%
21	Universidad Nacional de Cañete on 2018-12-19 TRABAJOS ENTREGADOS	<1%
22	Universidad Señor de Sipan on 2021-12-13 TRABAJOS ENTREGADOS	<1%
23	Universidad Ricardo Palma on 2017-12-11 TRABAJOS ENTREGADOS	<1%
24	unach.edu.pe INTERNET	<1%
25	Universidad ESAN – Escuela de Administración de Negocios para Graduados on 2021-07-08 TRABAJOS ENTREGADOS	<1%
26	erevistas.saber.ula.ve INTERNET	<1%
27	espam on 2021-09-27 TRABAJOS ENTREGADOS	<1%

Constancia de Pago de Titulo

USS

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN SAC

Av. General Felipe Santiago Salaverry 2525 Urb Risso

San Isidro - Lima - Lima

RUC 20479748102

Campus Universitario

BOLETA DE VENTA ELECTRONICA

B022-0065723

Código	:	2191803456
Nombres	:	SOLANO PUSE ALMA ROSA
Area	:	ESCUELA CONTABILIDAD
Programa	:	Presencial (PCA-PAST)
Periodo	:	202101
Recibo	:	383300007348185
Cuota	:	

Detalle	Cant.	Importe
CARPETA DE TITULO	1	1500.00

Sub Total	S/	**1500.00**
IGV	S/	**0.00**
Total	S/	**1500.00**

Emisión: 28/07/2021 Vence: 30/07/2021

UN MIL QUINIENTOS con 00/100 soles

BANCO

SEUSS_BCO_ONLINE SEUSS_BCO_ONLINE (PAGOENLINEA)

28/07/2021

V8Q+q3p7bZU+5xlpfusdCUv/sGI=

Autorizado mediante

Resolución Nº 0720050000126/SUNAT

Representación impresa del comprobante de venta electrónico.

Puede consultar su documento en www.uss.edu.pe

Anexos 4. Carta de Aceptación de la empresa

GRUPO BZ COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIONES E.I.R.L.

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO

"AÑO DEL BICENTENARIO DEL PERÚ: DOSCIENTOS AÑOS DE INDEPENDENCIA"

Chiclayo, 30 de abril del 2021

SEÑORITA
ALMA ROSA SOLANO PUSE
ALUMNA 10° CICLO CARRERA CONTABILIDAD
UNIVERSIDAD "SEÑOR DE SIPAN" PIMENTEL

ASUNTO: **ACEPTACIÓN APOYO A TRABAJO EN ELABORACION DE TESIS**

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. A fin de expresarle mi cordial saludo y al mismo tiempo dar mi respuesta a su solicitud presentada sobre el apoyo para la realización de su tesis: ESTRATEGIAS COMERCIALES Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA GRUPO BZ COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIONES E.I.R.L. CHICLAYO – 2020; por lo que veo conveniente aceptar.

Aprovecho la oportunidad para expresarle mi consideración y estima personal.

Atentamente;

GRUPO BZ COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIONES E.I.R.L.
Rosa Bravo Zeña
GERENTE GENERAL

CALLE SAN JOSE N° 583 - CHICLAYO - TELF. 074-612924 - 074-612925 - CEL. 996471111
E-mail: clarogrupobz@hotmail.com

Anexos 5. Validación de Instrumentos

EXPERTO 1

Carta de presentación

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD

Chiclayo 07 de Julio del 2021

Señor
Dr. Max Fernando Urbina Cardenas
Ciudad.

Me dirijo a usted para expresarle mi afectuoso saludo y la vez manifestarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Contabilidad de las Universidad Señor de Sipán, en la asignatura de Proyecto de Tesis, estamos trabajando la Investigación: "Estrategias comerciales y su impacto en la rentabilidad de la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L. – Chiclayo 2020".

Conociendo su experiencia profesional y méritos académicos nos permitimos solicitar su valiosa colaboración en la validación de contenido de los ítems que conforman el instrumento que se utilizará para recabar la información requerida en la investigación antes mencionada.

Con la seguridad de su aceptación y apoyo en la validación de dicho instrumento, estaré a la espera de sus observaciones y recomendaciones que contribuirán para mejorar la versión final de mi trabajo.

Agradezco de antemano su valioso aporte.

Atentamente

Solano Puse Alma Rosa
DNI N° 71574080

Revisión de instrumento

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Dr. Max Fernando Urbina Cardenas
	PROFESIÓN	Contador Público
	ESPECIALIDAD	Finanzas
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	42
	CARGO	Docente

ESTRATEGIAS COMERCIALES Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA GRUPO BZ COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIONES E.I.R.L. – CHICLAYO 2020

DATOS DE LOS TESISTA	
NOMBRES	SOLANO PUSE ALMA ROSA
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE CONTABILIDAD
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	**GENERAL** Determinar que en la rentabilidad influyen las estrategias comerciales y de qué manera en la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L. – Chiclayo 2020.
	ESPECÍFICOS - Evaluar las estrategias comerciales - Evaluar el nivel de la rentabilidad - Evaluar de qué manera las estrategias comerciales tienen relación con la rentabilidad en la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L.

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "*TA*" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS

DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 10 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
ESTRATEGIAS COMERCIALES	
1. ¿Las capacitaciones son dadas en el momento indicado?	TA (X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
2. ¿Las estrategias de ventas que se desarrollaron en pandemia y que se desarrollan, son dadas por usted?	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
3. ¿Los administrativos saben dar valor a sus ideas para ofrecer alguna oferta?	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
4. ¿Las fuentes de ventas son bien explicadas?	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
5. ¿Los ingresos por ventas generan rentabilidad para cubrir los créditos?	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
6. ¿Las ideas de promociones comerciales, generan mayores ingresos?	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____

7.	**¿Las promociones, ofertas de los productos sirven para tener mayores ventas?**	TA (X) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____ _____
8.	**¿Las promociones que se hacen en una fecha festiva tiene más acogida?**	TA (X) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____ _____
9.	**¿Están abastecidos con equipos para concretar las ventas?**	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____ _____
10.	**¿Les dan ofertas que promociones, cada vez que tengan un exceso de equipos?**	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____ _____ _____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA: 10 N° TD _____
2. COMENTARIO GENERALES: Las interrogantes planteadas y la técnica utilizada tienen concordancia y fácil de responder por el público a quien va dirigido.	
3. OBSERVACIONES	

Dr. Max Fernando Urbina Cardenas

DNI: 17821427

Validación del instrumento

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Dr. Max Fernando Urbina Cardenas, Magister en tributación, Docente adscrito a la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (ENCUESTA) elaborada por: Alma Rosa Solano Puse estudiante de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: "ESTRATEGIAS COMERCIALES Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA GRUPO BZ COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIONES E.I.R.L. – CHICLAYO 2020"

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Chiclayo, 07 de Julio del 2021

Dr. Max Fernando Urbina Cardenas

DNI: 17821427

EXPERTO 2

Carta de presentación

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD

Chiclayo 07 de Julio del 2021

Señor
Plácido Eduardo Incio Ñañez
Ciudad.

Me dirijo a usted para expresarle mi afectuoso saludo y la vez manifestarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Contabilidad de las Universidad Señor de Sipán, en la asignatura de Proyecto de Tesis, estamos trabajando la Investigación: "Estrategias comerciales y su impacto en la rentabilidad de la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L.".

Conociendo su experiencia profesional y méritos académicos nos permitimos solicitar su valiosa colaboración en la validación de contenido de los ítems que conforman el instrumento que se utilizará para recabar la información requerida en la investigación antes mencionada.

Con la seguridad de su aceptación y apoyo en la validación de dicho instrumento, estaré a la espera de sus observaciones y recomendaciones que contribuirán para mejorar la versión final de mi trabajo.

Agradezco de antemano su valioso aporte.

Atentamente

Solano Puse Alma Rosa
DNI N° 71574080

Revisión de instrumento

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Plácido Eduardo Incio Ñañez
	PROFESIÓN	Contador Público
	ESPECIALIDAD	Gestión Financiera y Tributaria
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	20
	CARGO	Docente
ESTRATEGIAS COMERCIALES Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA GRUPO BZ COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIONES E.I.R.L. – CHICLAYO 2020		
DATOS DE LOS TESISTA		
NOMBRES		SOLANO PUSE ALMA ROSA
ESPECIALIDAD		ESCUELA DE CONTABILIDAD
INSTRUMENTO EVALUADO		Cuestionario
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION		**GENERAL** Determinar que en la rentabilidad influyen las estrategias comerciales y de qué manera en la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L. – Chiclayo 2020.
		ESPECÍFICOS - Evaluar las estrategias comerciales - Evaluar el nivel de la rentabilidad - Evaluar de qué manera las estrategias comerciales tienen relación con la rentabilidad en la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L.
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "*TA*" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		

DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 10 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
COSTOS FINANCIEROS	
1. ¿Las capacitaciones son dadas en el momento indicado?	TA (X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
2. ¿Las estrategias de ventas que se desarrollaron en pandemia y que se desarrollan, son dadas por usted?	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
3. ¿Los administrativos saben dar valor a sus ideas para ofrecer alguna oferta?	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
4. ¿Las fuentes de ventas son bien explicadas?	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
5. ¿Los ingresos por ventas generan rentabilidad para cubrir los créditos?	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
6. ¿Las ideas de promociones comerciales, generan mayores ingresos?	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____

7.	**¿Las promociones, ofertas de los productos sirven para tener mayores ventas?**	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
8.	**¿Las promociones que se hacen en una fecha festiva tiene más acogida?**	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
9.	**¿Están abastecidos con equipos para concretar las ventas?**	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: ¿Se realizan análisis comparativos de precios para tener los equipos de mayor demanda?
10.	**¿Les dan ofertas que promociones, cada vez que tengan un exceso de equipos?**	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: ¿las ofertas que promocionan, son de equipos vigentes?

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA ___8___ N° TD ___2___
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES:	

P. EDUARDO INCIO ÑAÑEZ
CONTADOR PUBLICO COLEGIADO
004 - 1972

Plácido Eduardo Incio Ñañez
DNI: 16728418

Validación del instrumento

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Plácido Eduardo Incio Ñañez, Magister en Gestión Financiera y Tributaria, Docente adscrito a la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (ENCUESTA) elaborada por: Alma Rosa Solano Puse de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: "ESTRATEGIAS COMERCIALES Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA GRUPO BZ COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIONES E.I.R.L. – CHICLAYO 2020"

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Chiclayo, 07 de Julio del 2021

Plácido Eduardo Incio Ñañez

DNI: 16728418

EXPERTO 3

Carta de presentación

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE TURISMO Y NEGOCIOS

Chiclayo 07 de julio del 2021

Señor
Juan Arturo Castro Roque
Ciudad.

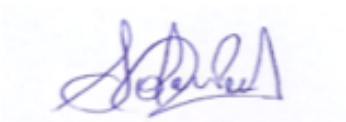
Me dirijo a usted para expresarle mi afectuoso saludo y la vez manifestarle que soy estudiante de la Escuela Profesional de Contabilidad de las Universidad Señor de Sipán, en la asignatura de Proyecto de Tesis, estamos trabajando la Investigación: "Estrategias Comerciales y su impacto en la rentabilidad de la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L. – Chiclayo 2020".

Conociendo su experiencia profesional y méritos académicos nos permitimos solicitar su valiosa colaboración en la validación de contenido de los ítems que conforman el instrumento que se utilizará para recabar la información requerida en la investigación antes mencionada.

Con la seguridad de su aceptación y apoyo en la validación de dicho instrumento, estaré a la espera de sus observaciones y recomendaciones que contribuirán para mejorar la versión final de mi trabajo.

Agradezco de antemano su valioso aporte.

Atentamente



Solano Puse Alma Rosa
DNI N° 71574080

Revisión de instrumento

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Juan Arturo Castro Roque
	PROFESIÓN	Contador Público
	ESPECIALIDAD	Tributación
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS)	12
	CARGO	Contador

ESTRATEGIAS COMERCIALES Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA GRUPO BZ COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIONES E.I.R.L. – CHICLAYO 2020

DATOS DE LOS TESISTA	
NOMBRES	SOLANO PUSE ALMA ROSA
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE CONTABILIDAD
INSTRUMENTO EVALUADO	Cuestionario
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	**GENERAL** Determinar que en la rentabilidad influyen las estrategias comerciales y de qué manera en la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L. – Chiclayo 2020.
	ESPECÍFICOS - Evaluar las estrategias comerciales - Evaluar el nivel de la rentabilidad - Evaluar de qué manera las estrategias comerciales tienen relación con la rentabilidad en la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L.

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "*TA*" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS

DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 10 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
ESTRATEGIAS COMERCIALES	
1. ¿Las capacitaciones son dadas en el momento indicado?	TA (X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
2. ¿Las estrategias de ventas que se desarrollaron en pandemia y que se desarrollan, son dadas por usted?	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
3. ¿Los administrativos saben dar valor a sus ideas para ofrecer alguna oferta?	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
4. ¿Las fuentes de ventas son bien explicadas?	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
5. ¿Los ingresos por ventas generan rentabilidad para cubrir los créditos?	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
6. ¿Las ideas de promociones comerciales, generan mayores ingresos?	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____

7.	**¿Las promociones, ofertas de los productos sirven para tener mayores ventas?**	TA (X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
8.	**¿Las promociones que se hacen en una fecha festiva tiene más acogida?**	TA (X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
9.	**¿Están abastecidos con equipos para concretar las ventas?**	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____
10.	**¿Les dan ofertas que promociones, cada vez que tengan un exceso de equipos?**	TA(X) TD( ) SUGERENCIAS: _____

1. PROMEDIO OBTENIDO:	N° TA _10____ N° TD _____
2. COMENTARIO GENERALES	
3. OBSERVACIONES	

C.P.C. JUAN ARTURO CASTRO ROQUE
MAT. 04-4469

Juan Arturo Castro Roque

DNI: 16410122

Validacion del instrumento

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Juan Arturo Castro Roque, experiencia en Tributación, Contador independiente, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (ENCUESTA) elaborada por: Alma Rosa Solano Puse estudiante de la Escuela de Contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: "ESTRATEGIAS COMERCIALES Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA GRUPO BZ COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIONES E.I.R.L. – CHICLAYO 2020"

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Chiclayo, 07 de Julio del 2021

Juan Arturo Castro Roque

DNI: 16410122

Anexos 6. Guía de análisis documental

Objetivo: Examinar los documentos internos de la empresa (ESTADO DE RESULTADOS Y ESTADOS DE SITUACION FINANCIERA)

Nombre de entidad: Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L.

El evaluador mediante Análisis documental / Guía de análisis documental, debe señalar, según corresponda:

Si - la actividad se realizó correctamente.

No - la actividad no fue realizada

	Si	No
. Se maneja índices de ventas		
. Se declara el verdadero stock de mercaderia.		
. Se posee el efectivo que dice sus EEFF.		
. Las ventas declaradas son solamente de equipos.		
. El personal es el adeacudo para estar en planilla como tambien para no estarlo.		
. Se cuenta con todos los comprobantes de compras , que demuestren el IGV pagado mes a mes		
. Las cuentas por pagar , son solamente de materiales del giro de negocio.		
. Se verifican los inventarios hechos mes a mes.		

Formato de Validación con los ítems
Instrumentos a aplicar

Encuesta

Instrucciones: Constente marcando con una "X" en los recuadros en blanco, leyendo cuidadosamente cada pregunta.
El cuestionario es anónimo, con el fin que sus respuestas sean lo más honestas y sinceras posibles.

N = Nunca; CN = Casi Nunca; AV = A Veces;

Ítems	N	CN	AV	CS	S
1. ¿Todos los colaboradores del área son considerados para tomar la decisión de adquirir un préstamo?					
2. ¿Las tasas de interés alguna vez han superado lo proyectado para cubrir el costo?					
3. ¿Los socios alguna vez han hecho incremento de capital?					
4. ¿Las primeras fuentes de financiamiento en la empresa han sido bien manejadas?					
5. ¿Los ingresos por ventas generan una rentabilidad para cubrir los costos financieros?					
6. ¿Las inversiones realizadas siempre han generado mayores ingresos?					
7. ¿Las inversiones cubren los insumos para la producción?					
8. ¿La producción se realiza en el tiempo indicado para la venta?					
9. ¿ Los pedidos se atienden con puntualidad?					
10. ¿Las inversiones son una buena decisión?					

Anexos 7. Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: ESTRATEGIAS COMERCIALES Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA GRUPO BZ COMUNICACIONES Y DISTRIBUCIONES E.I.R.L. – CHICLAYO 2020

PROBLEMA	OBJETIVO	OBJETIVOS ESPECIFICOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
¿De qué manera las estrategias comerciales pueden ayudar a minimizar el impacto en la rentabilidad de la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L.?	Determinar que en la rentabilidad influyen las estrategias comerciales y de qué manera en la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L. – Chiclayo 2020.	- Evaluar las estrategias comerciales - Evaluar el nivel de la rentabilidad - Evaluar de qué manera las estrategias comerciales tienen relación con la rentabilidad en la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L.	Las estrategias comerciales inciden en la rentabilidad de la empresa Grupo BZ Comunicaciones y Distribuciones E.I.R.L. – Chiclayo 2020:) La planificación de las estrategias comerciales contribuye favorablemente a la rentabilidad de la empresa.) La ejecución de las estrategias comerciales, influyen en la gran diferencia de rentabilidad de la empresa año tras año.) Las estrategias comerciales contribuyen a la obtención de rentabilidad y obtener los ingresos de ventas en la empresa.	Estrategias comerciales	Estrategia de producto	Capacitaciones	Encuesta/Cuestionario escala test Prueba de conocimiento.
					Estrategia de precio	Promociones	
					Estrategia de distribución	Precio indicado	
					Estrategia de comunicación	Marketing	
					Análisis FODA	Abastecimiento	
				Rentabilidad	Apalancamiento Financiero	Positivo	Análisis documental/ Guía de análisis documental.
						Negativo	
						Neutro	
					Margen de Utilidad	Ganancia	
						Perdida	

Anexos 8. Confiabilidad del instrumentos ALPHA DE CRONBACH

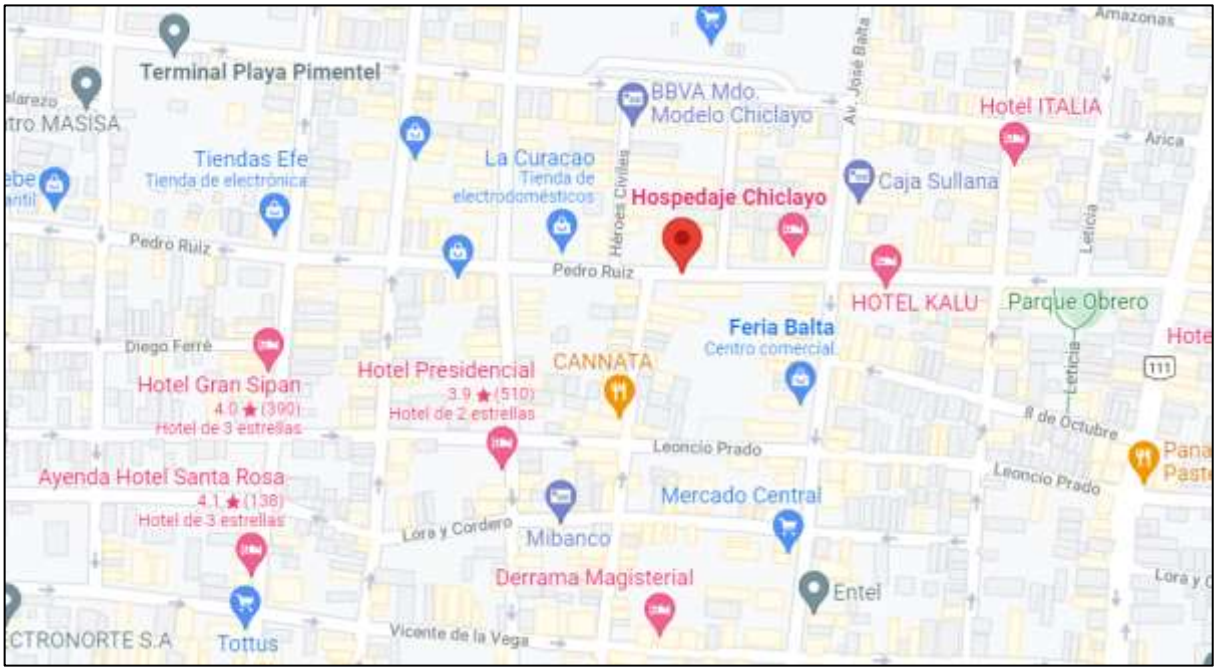
Confiabilidad del instrumentos ALPHA DE CRONBACH

			ESTRATEGIAS COMERCAILES										
			A			B		C					
No	edad	sexo	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
1			4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	41
2			4	5	4	5	3	4	4	5	5	5	44
3			5	1	5	5	5	5	5	5	4	5	45
4			4	2	4	4	4	4	5	5	5	4	41
5			3	3	2	4	3	4	4	5	3	4	35
6			2	3	5	1	2	4	1	1	2	2	23
7			5	2	5	5	4	5	5	5	5	4	45
8			4	3	5	4	5	5	5	4	4	5	44
9			4	1	3	4	5	3	5	5	4	4	38
10			5	3	5	5	4	5	5	5	5	4	46
11			5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47
12			5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	45
13			3	5	3	4	5	5	4	5	4	3	41
14			5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	44
15			3	4	5	3	4	5	3	4	5	5	41
16			5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
VARIANZA POBLACIONAL			0.86	1.56	0.90	1.15	0.73	0.37	1.09	1.00	0.73	0.65	35.86

K =	16 item
K/(K-1) =	1.067
$\sum_{i=1}^{k} S_i^2 =$	9.05
$S_t^2 =$	35.86
ALFA =	0.797

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
NUNCA	1	0	2	0	1	0	0	1	1	0	0
CASI NUNCA	2	1	2	1	0	1	0	0	0	1	1
A VECES	3	3	5	3	2	2	1	1	0	1	1
CASI SIEMPRE	4	5	4	4	5	7	5	5	3	5	8
SIEMPRE	5	7	3	8	8	6	10	9	12	9	6
		16	16	16	16	16	16	16	16	16	16

Anexos 9. Ubicación de la empresa



Plano Satelital de la ubicación de la empresa – Google maps

Frontis de la empresa

Anexos 10. Evidencias Fotograficas

Revisando los flujos de caja

Aplicando la encuesta a los colaboradores de la empresa