

Gestión comercial y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020

por Bryan Mori Vargas

Fecha de entrega: 25-jul-2023 08:54a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2136622455

Nombre del archivo: Informe_Bryan_Mori_al_24.07.2023_1.docx (2.36M)

Total de palabras: 11176

Total de caracteres: 62938



Esta obra está bajo una [Licencia
Creative Commons Atribución -
4.0 Internacional \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Vea una copia de esta licencia en
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>



Obra publicada con autorización del autor



4

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Tesis

**Gestión comercial y su incidencia en la
rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo
EIRL, Rioja 2020**

Para optar el título profesional de Contador Público

Autor:

Bryan Mori Vargas

<https://orcid.org/0009-0005-2118-2784>

3

Asesor:

Dr. Jimmy Pacherez Riva

<https://orcid.org/0000-0002-8235-6371>

Tarapoto, Perú

2023



4
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Tesis

Gestión comercial y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020

Para optar el título profesional de Contador Público

Autor:

Bryan Mori Vargas

1
Sustentado y aprobado el 06 de julio del 2023, por los siguientes jurados:

2
Presidente de Jurado
CPCC. M.Sc. Carmen Pérez Tello

Secretario de Jurado
CPCC. Mg. Martha Liz Reátegui Reátegui

Vocal de Jurado
Dr. Roger Burgos Bardales

Asesor
Dr. Jimmy Pacherez Riva

Tarapoto, Perú

2023

Declaratoria de autenticidad

Bryan Mori Vargas, con DNI N° 71228262 y, egresado ⁴ de la Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Contabilidad, de la Universidad Nacional de San Martín, con la tesis titulada: **Gestión comercial y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.**

²
Declaro bajo juramento que:

1. La tesis presentada es de mi autoría.
2. La redacción fue realizada respetando las citas y referencias de las fuentes bibliográficas consultadas.
3. Toda la información que contiene la tesis no ha sido auto plagiada;
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido alterados ni copiados, por tanto, la información de esta investigación debe considerarse como aporte a la realidad investigada.

Por lo antes mencionado, asumo bajo responsabilidad las consecuencias que deriven de nuestro accionar, sometiéndonos a las leyes de nuestro país y normas vigentes de la Universidad Nacional de San Martín.

Tarapoto, 06 de julio del 2023.



.....
Bach. Bryan Mori Vargas

DNI N° 71228262

Ficha de identificación

Título del proyecto Gestión comercial y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020	Área de investigación: Línea de investigación: Socio - diversidad Sublínea de investigación: Modernización de los procesos de gestión Grupo de investigación: 096-2022-UNSM/FCE-CF/NLU. Tipo de investigación: Básica <input type="checkbox"/> , Aplicada <input checked="" type="checkbox"/> , Desarrollo experimental <input type="checkbox"/>
Autor: Bryan Mori Vargas	Facultad de Ciencias Económicas Escuela Profesional de Contabilidad https://orcid.org/0009-0005-2118-2784
Asesor: Dr. Jimmy Pacherez Riva	Dependencia local de soporte: Facultad de Ciencias Económicas Escuela Profesional de Contabilidad Unidad o Laboratorio Contabilidad https://orcid.org/0000-0002-8235-6371

Dedicatoria

Esta tesis va dedicada con todo el amor a mis padres Tito Mori Rodriguez y Janelly Vargas Pizango, a mi hermano Gessler Mori Vargas por ser un pilar fundamental en mi formación profesional, por haberme brindado su confianza, consejos, por la oportunidad de haberme brindado de poder lograr mis objetivos en mi ámbito profesional.

Agradecimientos

A Dios por brindarme la vida y guiarme mis pasos día a día, a mi familia por la motivación para seguir adelante, a mis docentes por su ardua labor de formarme profesionalmente

Índice general

Ficha de identificación	6
Dedicatoria	7
Agradecimientos	8
Índice general	9
Índice de tablas	10
Índice de figuras	11
RESUMEN	12
ABSTRACT	13
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN	14
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	16
2.1. Antecedentes de la investigación	16
2.2. Fundamentos teóricos	18
CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS	22
3.1. Ámbito y condiciones de la investigación	22
3.1.1 Ubicación política	22
3.1.2 Ubicación geográfica	22
3.1.3 Periodo de ejecución	22
3.1.4 Autorizaciones y permisos	23
3.1.5 Control ambiental y protocolos de bioseguridad	23
3.1.6 Aplicación de principios éticos internacionales	23
3.2. Sistema de variables	23
3.3 Procedimientos de la investigación	24
3.3.1 Objetivo específico 1	26
3.3.2 Objetivo específico 2	26
3.3.3 Objetivo específico 3	27
3.3.4 Objetivo específico 4	27
CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	28
4.1 Resultado específico 1	28
4.2 Resultado específico 2	30
4.3 Resultado específico 3	32
4.4 Resultado específico 4	33
CONCLUSIONES	37
RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39
ANEXOS	42

Índice de tablas

Tabla 1 Descripción de variable - Objetivo específico N° 1	23
Tabla 2 Descripción de variable - Objetivo específico N° 2	24
Tabla 3 Descripción de variable - Objetivo específico N° 3	24
Tabla 4 Descripción de variable - Objetivo específico N° 4	24
Tabla 5 Prendas y accesorios de vestir en remate	29
Tabla 6 Prendas y accesorios de vestir comercializados con precios erróneos	31
Tabla 7 Prendas devueltas y vendidas a precio de remate	33
Tabla 8 Índice de rentabilidad 2019 - 2020	34
Tabla 9 Incidencia de la gestión comercial en la rentabilidad	35

Índice de figuras

Figura 1 Ubicación geográfica - Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja	22
Figura 2 Actividades en la planeación comercial.....	28
Figura 3 Actividades en la ejecución comercial.....	30
Figura 4 Actividades en el control comercial.	32

RESUMEN

Gestión comercial y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020

El estudio ha sido realizado en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, en la planeación comercial, la empresa no elabora un análisis previo tanto de la situación y el mercado donde este trabaja, lo cual le permita conocer las preferencias de sus clientes, en el establecimiento de objetivos, estos no son claros e impiden el logro de los mismos, en la ejecución comercial, en donde la organización no tiene una lista actualizada de clientes, los precios no se encuentran claramente definidos y no se elaboran promociones de forma permanente, en el control comercial, las actividades desarrolladas no tienen un seguimiento oportuno, los vendedores no conocen de temas estratégicos de ventas, tampoco existe un servicio permanente de postventa y existe baja rotación de existencias. El objetivo general de la investigación fue determinar la incidencia de la gestión comercial en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020. Asimismo, ha sido de tipo aplicada, nivel explicativo y diseño no experimental. La muestra estuvo constituida por el administrador, encargado de ventas, estado de situación financiera y estado de resultados de los periodos 2019 – 2020. Los instrumentos empleados fueron la guía de entrevista y guía de análisis documental. Resultados: En la planeación comercial se realiza el análisis de la situación, análisis de mercado, establecimiento de objetivos y selección de estrategias, estas presentan falencias que ocasionaron la pérdida monetaria de S/ 14,221.00. En la ejecución comercial se realiza el portafolio de clientes, precio de las prendas de vestir y promociones, la pérdida producida por las falencias es por el monto de S/ 12,205.00. En el control comercial se desarrolla el control de actividades, capacitación de vendedores, servicio de post – venta y rotación de existencias, las cuales presentan deficiencias porque se generó una pérdida monetaria de S/ 10,001.50. La rotación de existencias fue 2 veces, el ratio del capital propio fue del 9%, el rendimiento del activo fue 7%, la ganancia bruta fue del 29% y la rentabilidad neta fue 7%. Conclusión: La gestión comercial incide de forma significativa en la rentabilidad porque las falencias ocasionaron la pérdida de S/ 36,427.00. De no ser por dicha pérdida, el ratio del activo total habría tenido un índice del 12%, el rendimiento bruto habría tenido un aumento del 23% al 26%. En cuanto al rendimiento neto, este habría tenido un incremento de 7% a 11% porque la ganancias neta habría tenido un incremento monetario de S/ 58,417.00 a S/ 102,303.00.

Palabras clave: Gestión, comercialización, rentabilidad, económica, planificación.

ABSTRACT

Commercial ²⁸ management and its impact on the profitability of the company Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.

El estudio ha sido realizado en ¹⁶ empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL. In commercial planning, the company ¹⁶ does not prepare a prior analysis of the situation and the market where it operates, which would allow the ¹⁶ to know the preferences of its customers. In the establishment of objectives, these ¹⁶ not clear and prevent the achievement of the same; in the commercial execution, where the organization ¹⁶ does not have an updated list of customers, prices are not clearly defined and promotions are not developed on an ongoing basis. Regarding commercial control, the activities carried out are not followed up in a timely manner, the salespeople are not familiar with sales strategies, there is no permanent ¹⁵ after-sales service, and a low inventory turnover was observed. The general objective of the research was to determine the impact of commercial management on the profitability of the company Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020. It was an applied research, with an explanatory level and non-experimental design. The sample consisted of the administrator, sales manager, ¹⁵ statement of financial position and income statement for the periods 2019 - 2020. The interview guide and documentary analysis guide were used as instruments. Results: In commercial planning, an analysis of the situation, market analysis, establishment of objectives and selection of strategies were carried out; these showed shortcomings that caused a monetary loss of S/. 14,221.00. In the commercial execution, the portfolio of clients, price of the garments and promotions are made, the loss produced by the shortcomings amounts to S/. 12,205.00. Commercial control includes activity control, salesperson training, after-sales service and inventory turnover, which are deficient due to a monetary loss of S/ 10,001.50. Inventory turnover was 2 times, the equity ratio was 9%, return on assets ⁷ was 7%, gross profit was 29% and net profitability was 7%. Conclusion: Commercial management has a significant impact on profitability because the shortcomings caused the loss of S/. 36,427.00. Without this loss, the total asset ratio would have had an index of 12%, the gross yield would have had an increase from 23% to 26%. The net return would have increased from 7% to 11% because the net profit would have increased from S/. 58,417.00 to S/. 102,303.00.

Keywords: Management, marketing, profitability, economic, planning

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN

El propósito de toda empresa es obtener beneficios de sus productos o servicios, por eso, evidentemente es esencial que una empresa tenga conocimiento de que lo que va a vender, a quiénes y cómo, por medio de estrategias comerciales que le permitan crecer año tras año, sin embargo, estas se ven afectadas por diversas circunstancias o incumplimiento de actividades que se reflejan en los beneficios económicos al final de cada periodo, tal es el caso de la compañía Superkasa en la ciudad de Riobamba, dedicada a la comercialización de productos de necesidades básicas con la intención de lograr satisfacción en cada uno de sus clientes, no obstante, esta empresa ha presentado dificultades por falta de una gestión comercial, lo cual ha imposibilitado el incremento de sus ventas, escasa atención de calidad y falta de promociones, a razón de esto, los últimos periodos la organización ha tenido índices bajos en los resultados económicos, de manera que la gestión comercial es fundamental en el desarrollo de sus operaciones (Carpintero, 2017).

En un contexto nacional, las empresas se preocupan por incrementar sus ventas y lograr la fidelización de su clientela con la intención de expandirse y ser líder en el mercado, sin embargo, muchas de estas evidencian resultados negativos en su rentabilidad, a causa de la inadecuada gestión comercial y falta de organización, por ende, se da el caso de la Distribuidora Marisa S.R.L. de la ciudad de Chimbote – Lima, mencionada organización ha tenido falencias relacionadas a su gestión comercial, por tener una mala imagen a causa de una inadecuada organización, gastos no necesarios, acumulación en la contratación de trabajadores, solicitud excesiva de préstamos bancarios, todo ello ha demostrado la falta de experiencia administrativa en los encargados del área, impidiendo el logro de cada objetivo establecido. Por tanto, los problemas mencionados han ocasionado que los resultados económicos y financieros no sean los más convenientes para la empresa, por lo cual ha sido necesario que se planteen estrategias que ayuden a contrarrestar la situación (Herrera, 2018).

En el departamento de San Martín, provincia y distrito de Rioja, se ubica la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, con RUC: 20450108139, en el Jr. San Martín N° 975, la cual tiene como actividad principal, la comercialización de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados. La organización como tal, tiene ciertas falencias en cuanto a la gestión comercial. Como primer punto, en la planeación comercial, la empresa no elabora un análisis previo tanto de la situación y el mercado donde este trabaja, lo cual le permita conocer las preferencias de sus clientes. Con respecto al establecimiento de

objetivos, estos no son claros e impiden el logro de los mismos. El segundo punto hace referencia a la ejecución comercial, en donde la organización no tiene una lista actualizada de clientes, los precios no se encuentran claramente definidos y no se elaboran promociones de forma permanente. Como tercer y último punto, en el control comercial, las actividades desarrolladas no tienen un seguimiento oportuno, los vendedores no conocen de temas estratégicos de ventas, tampoco existe un servicio permanente de postventa y existe baja rotación de existencias. Todas estas situaciones problemáticas son motivo suficiente para el desarrollo del siguiente trabajo de investigación con la finalidad de evaluar de qué forma la gestión comercial incide en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.

De igual manera, el problema general del estudio fue: ¿En qué forma la gestión comercial incide en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020? Asimismo, los problemas específicos fueron: ¿Cómo es la planeación comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020?, ¿Cómo es la ejecución comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020?, ¿Cómo es el control comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020?, ¿Cuáles son los índices de rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020?.

Por consiguiente, la hipótesis principal del estudio fue: H_i: La gestión comercial incide de forma significativa en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020. H_o: La gestión comercial no incide de forma significativa en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020. Las hipótesis específicas fueron: H_{1.1}: La planeación comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020, es inadecuada. H_{2.2}: La ejecución comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020, es regular. H_{3.3}: El control comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020, es inadecuada. H_{4.4}: Los índices de rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020, no presentan valores óptimos.

Para finalizar, el objetivo general del estudio fue: Determinar la incidencia de la gestión comercial en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020. De igual manera, los objetivos específicos fueron: O₁. Describir la planeación comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020. O₂. Describir la ejecución comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020. O₃. Describir el control comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020. O₄. Analizar los índices de rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

A nivel internacional.

Garzón (2017), tuvo como propósito evaluar el estado de situación financiera y los beneficios económicos. De tipo descriptivo, de diseño no experimental. La población y la muestra fue constituida por los estados financieros 2015 y 2016. El instrumento fue la guía de análisis documental. Conclusiones: El margen bruto fue de 20% y -13%, utilidad neta fue 9%, -8%; el nivel del endeudamiento fue de 42% y 72%, endeudamiento a corto plazo por 79% y 61%; endeudamiento financiero 1% y 38%; por otro lado, con lo que refiere a la liquidez, la razón corriente fue de 1.4 y 1.3 y el capital de trabajo \$3.784,59 y \$6.924.88, donde se pudo apreciar que los resultados del periodo 2016 han sido negativos.

Cisneros y Paneca (2018), su propósito fue elaborar un diseño de un proceso de la rentabilidad con la intención de mejorar la gestión comercial. De tipo documental, de diseño no experimental. Conformada por colaboradores y estados financieros. Los instrumentos aplicados fueron la guía de análisis documental y la guía de entrevista. Conclusiones: Para la dirección de las organizaciones, es de suma importancia que la gestión comercial sea efectuada de forma eficiente. Fue elaborado el proceso de evaluación de la rentabilidad de los productos en la que se especifican, donde el comportamiento de compra de los clientes y los beneficios económicos contribuyen con la formación de estrategias.

A nivel nacional.

Merino (2017), ha tenido como propósito conocer la incidencia de la gestión administrativa sobre la rentabilidad de la organización que fue objeto del estudio. De tipo descriptivo de diseño no experimental. La muestra estuvo constituida por 5 trabajadores de la empresa. Los instrumentos fueron el cuestionario y la guía de análisis documental. Entre sus conclusiones, destacan: Los resultados de los beneficios económicos evidencian que, en la utilidad sobre las ventas generadas, en el 2015 fue 1.22 y en el 2016 fue 1.96. Con respecto a la rentabilidad sobre el activo, en el 2016 fue del 23% y en el 2015 fue el 13%. El ROE, en el año 2015 fue 13% y en el año 2016 fue el 24%. Por otro lado, los indicadores de solvencia mostraron que durante el periodo 2016, el endeudamiento fue 3.26% y en el año 2015 fue 5.82%.

Castañeda (2019), el estudio ha tenido como objetivo principal elaborar una gestión administrativa para la mejora de los resultados económicos. El tipo de estudio fue descriptivo de diseño no experimental. Conformada por 14 colaboradores. El instrumento fue la guía de observación. Conclusiones: La elaboración de la gestión administrativa se elabora de forma inadecuada en un 56%, mientras que el 44% se lleva de forma adecuada. Con respecto al análisis de los estados financieros, evidencian disminución, debido a que en el periodo 2017 este fue del 14%, mientras que la rentabilidad sobre el patrimonio fue el 7%, por otra parte, el ROI fue un 14%. Por tanto, fue necesario mejorar la gestión administrativa.

A nivel local.

Quiquinlla H. (2018), el propósito de la investigación fue determinar la gestión de almacén y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa estudiada. Asimismo, el estudio fue de tipo aplicada de diseño no experimental. Constituida por 5 trabajadores. Los instrumentos aplicados fueron la guía de entrevista, lista de cotejo y guía de análisis documental. Conclusiones: Las variables inciden entre sí, esto se debe a que la organización tuvo una pérdida significativa de S/ 43,473.30. El 76% de actividades no se desempeñan de forma correcta. Por otro lado, los beneficios por la inversión fueron de 0.12 en el 2016, mientras que el 2015 fue 0.20. La rentabilidad sobre el patrimonio fue de 0.43 y 0.31 de los años 2015 y 2016, la rentabilidad sobre las ventas efectuadas fue de 0.14 y 0.19.

Cárdenas y Navarro (2020), el estudio tuvo como finalidad elaborar un análisis de gestión de ventas y conocer la influencia en la rentabilidad de la organización estudiada. El proyecto fue de tipo aplicada de diseño no experimental. Estuvo compuesta por 12 colaboradores. Los instrumentos aplicados fueron el cuestionario, guía de observación y guía de análisis documental. Conclusiones: La administración de las ventas es inadecuada, por cuanto, existe un incumplimiento del 70% de actividades. La empresa tuvo pérdidas considerables por los montos de S/ 69,949.00, S/ 56,781.00 y S/ 19,127.00, debido a la incapacidad de pago, falta de verificación y despacho de existencias. En los resultados de los beneficios económicos, el indicador de rentabilidad sobre el patrimonio fue -13.84%, utilidad sobre el activo por -13.40%, utilidad sobre ventas por -17.80% y utilidad bruta por -13.61%.

1

2.2. Fundamentos teóricos

2.2.1. Gestión comercial

Como explica Escudero (2019), es un término vinculado a la mercadotecnia, es decir, es un tipo de gestión que brinda las técnicas necesarias para promover un producto o servicio. De igual manera, son los recursos que una organización lleva a cabo para dar conocimiento de su propuesta comercial. Díaz y León (2019), refieren que abarca actividades como la elaboración de un estudio de mercado, planificación de propósitos y medios de distribución. Granja (2019), menciona que permite la adecuada administración de las acciones ligadas al comercio y que son relevantes para una organización. Rizo (2017), asegura que se encarga de conocer y abrir la compañía al mundo exterior.

2.2.1.1. Gestión

Di Máximo (2016) explica que la gestión es la consecuencia de administrar, como una diligencia, que es entendida como un trámite necesario para lograr un propósito o resolver un asunto de carácter administrativo que conlleva a una documentación. Estupiñan (2018), manifiesta que es un grupo de actividades u operaciones vinculadas a la administración y dirección de una compañía.

2.2.1.2. Propósitos

Como manifiestan Bohórquez y Tobón (2017), la gestión comercial cuenta con los siguientes propósitos: Optimiza los vínculos comerciales: Permite establecer y elaborar las relaciones de comercio entre la empresa, con sus proveedores y clientes. De este modo, se logra identificar las principales necesidades y gustos, siendo estos, relevantes para la empresa.

2.2.1.3. Ventajas

Pineda (2019), fundamenta que la organización debe diseñar de forma adecuada las estrategias por medio del cual se dará a conocer el producto o servicio, entre los cuales se destacan: Incrementa las ganancias de la organización por medio de las ventas. Contribuye a que la empresa sea eficaz con respecto a los procesos comerciales.

3

2.2.1.4. Evaluación de la gestión comercial

En la evaluación de la variable, se tiene lo fundamentado por Escudero (2019), por medio de las siguientes dimensiones e indicadores correspondientes:

11

1. **Planeación comercial:** Analiza de forma racional las oportunidades y amenazas que presenta el entorno de la organización, los puntos débiles y fuertes, seleccionando un

compromiso estratégico para satisfacer las aspiraciones que tiene la empresa. Tiene como actividades: ²⁰ *Análisis de la situación*: Se elabora el análisis externo de la organización, donde se evalúan las oportunidades y amenazas de la situación en general. *Análisis de mercado*: Se evalúa el mercado donde se requiere trabajar y ofrecer el producto o servicio, asimismo, conocer las preferencias de cada cliente. *Establecimiento de objetivos y selección de estrategias*: Se identifican los propósitos que se desean alcanzar y selecciona la estrategia adecuada que permita el logro de este.

2. Ejecución comercial: En este siguiente procedimiento, se realizan todas las actividades necesarias para lograr que la empresa tenga una gestión comercial adecuada, para que las partes trabajen de forma integrada y disciplinada. Tiene como actividades: *Portafolio*: Refiere a la cantidad de clientes que tiene la organización y los puntos de venta donde se requiere colocar los productos o servicios, también podría insertarse en redes sociales. *Precio*: Es el valor monetario otorgado a los productos o servicios de la compañía, teniendo en cuenta si esta es el correcto y si va de acorde a las estrategias establecidas. *Promociones*: Implementar y ejecutar las promociones a la clientela por medio de estrategias de marketing, publicidad, descuentos, ofertas u otros métodos para atraer clientes.

3. Control comercial: Hace referencia a aquellas acciones que se deben elaborar después de haber cerrado la venta con el cliente, asimismo lograr la fidelización de los clientes recurrentes y no solo ello tener un personal capacitado y lograr la rotación efectiva de los productos o servicios, tiene las siguientes actividades: *Control de actividades*: La organización debe controlar y hacer un seguimiento a cada una de las actividades desarrolladas para la gestión comercial. *Capacitación de vendedores*: Los asesores de venta deben encontrarse debidamente capacitados para efectuar las ventas. *Servicio post venta*: Son los servicios adicionales que se le otorga a cada cliente, entre ellos atender reclamos o elaborar algunas actividades que fidelicen al cliente. *Rotación de existencias*: La organización debe lograr que la rotación de los productos o servicios ofertantes sea constante, de esa manera se garantiza la obtención de ganancias.

2.2.2. Rentabilidad

Arguedas y González (2016), dan a conocer que la rentabilidad es la suficiencia para generar suficiente utilidad o ganancias en la organización, durante un periodo de trabajo, demostrando que los ingresos son mayores que sus gastos, además su gestión depende de las acciones que realice la empresa. Lavallo (2016), explica que son los recursos

monetarios obtenidos por la empresa a razón de la inversión elaborada para el funcionamiento de las actividades. Muñoz (2019), indica que son los recursos que obtiene una compañía, después de un año de actividades desarrolladas. Huertas (2016), asegura que son los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión.

2.2.2.1. Evaluación de la rentabilidad

En el caso de la evaluación de la rentabilidad Arguedas y González (2016), manifiestan que esta es medida por medio de los siguientes indicadores financieros:

1. **Rotación de existencias:** Indica el número de veces que la mercadería ha rotado en la empresa y ha tenido salida después de haber realizado las ventas. Este ratio se calcula tomando el importe de aprovisionamientos y dividiéndolo entre el saldo de existencias,

por medio de la siguiente fórmula:
$$\frac{\text{Aprovisionamiento}}{\text{Existencias}}$$

2. **Ratio de capital propio:** Se encarga de medir la eficiencia de los activos haciendo una comparación entre el beneficio neto y los recursos propios. Su fórmula es la siguiente:

$$\frac{\text{Beneficios netos}}{\text{Patrimonio neto}}$$

3. **Ratio del activo total:** Son los beneficios que obtiene la organización por la totalidad de activo invertido. Su fórmula es la siguiente:
$$\frac{\text{Beneficios netos}}{\text{Activo total}}$$

4. **Rentabilidad bruta:** Indica los beneficios que la organización obtiene por la venta de los productos descontando lo que le cuesta producirlos. Pero sin tener en cuenta los intereses de financiación, los impuestos ni la amortización. Su fórmula es la siguiente:

$$\frac{\text{Beneficios brutos}}{\text{Ventas netas}}$$

5. **Rentabilidad neta:** Este indicador financiero mide los recursos monetarios obtenidos a razón de las ventas totales efectuadas después de haber cancelado impuestos, entre otros. Su fórmula es la siguiente:
$$\frac{\text{Beneficios netos}}{\text{Ventas totales}}$$

2.2.2.2. Definición de términos básicos

- Área comercial: En este punto se tiene en práctica la comunicación con cada cliente, conociendo y analizando sus perfiles para cerrar las ventas de forma eficiente (Díaz y León, 2019, p.12).

- Área de mercadeo: Es el punto de donde nace la actividad comercial, permite analizar los prospectos y su origen (Díaz y León, 2019, p.20).

- Área de postventa: En esta área se pretende fidelizar al cliente y con ello otorgar sustentabilidad a la empresa (Díaz y León, 2019, p.21).

- Control comercial: Acciones que se deben elaborar después de haber cerrado la venta con el cliente, asimismo lograr la fidelización de los clientes recurrentes (Díaz y León, 2019, p.22).
- Ejecución comercial: Se realizan todas las actividades necesarias para lograr que la empresa tenga una gestión comercial adecuada, para que las partes trabajen de forma integrada y disciplinada (Díaz y León, 2019).
- Gestión comercial: Es un tipo de gestión que brinda ⁵ las técnicas necesarias para ⁵ promover un producto o servicio. Son los recursos que una organización ⁵ lleva a cabo para dar conocimiento de su propuesta comercial (Escudero, 2019, p.35).
- Planeación comercial: Analiza ¹¹ las oportunidades y amenazas que presenta el entorno de la organización, los puntos débiles y fuertes, seleccionando un compromiso estratégico para satisfacer aspiraciones de la empresa (Escudero, 2019, p.36).
- Ratio del activo total: ² Son los beneficios que obtiene la organización por la totalidad de activo invertido (Arguedas y González, 2016, p.43).
- ⁶ Ratio de capital propio: Se encarga de medir la eficiencia de los activos haciendo una comparación entre el beneficio neto y los recursos propios (Arguedas y González, 2016, p.18).
- Rentabilidad: Es la suficiencia para generar suficiente utilidad o ganancias en la organización, durante un periodo de trabajo, demostrando que los ingresos son mayores que sus gastos, además su gestión depende de las acciones que realice la empresa (Arguedas y González, 2016, p.19).
- Rentabilidad bruta: Indica los beneficios que la organización obtiene ⁶ por la venta de los productos descontando lo que le cuesta producirlos (Arguedas y González, 2016, p.20).
- Rentabilidad neta: Este indicador financiero mide los recursos monetarios obtenidos a razón de las ventas totales efectuados después de haber cancelado impuestos, entre otros (Arguedas y González, 2016, p.21).
- ¹⁷ Rotación de existencias: Indica el número de veces que la mercadería ha rotado en la empresa y ha tenido salida después de haber realizado las ventas (Arguedas y González, 2016, p.22).

9 CAPÍTULO III MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Ámbito y condiciones de la investigación

3.1.1 Ubicación política

La empresa se ubica en Jr. San Martín Nro 975, cerca a La Plaza de Rioja. La empresa como tal se dedica a la comercialización de ropas de vestir al por mayor y menor, inició sus actividades el 16 de enero del 2005, con más de 15 años en el mercado, ha logrado posicionarse como una de las empresas de vestir reconocida en el distrito.

1 3.1.2 Ubicación geográfica

El informe de la investigación ha sido realizado en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja, en el departamento de San Martín.

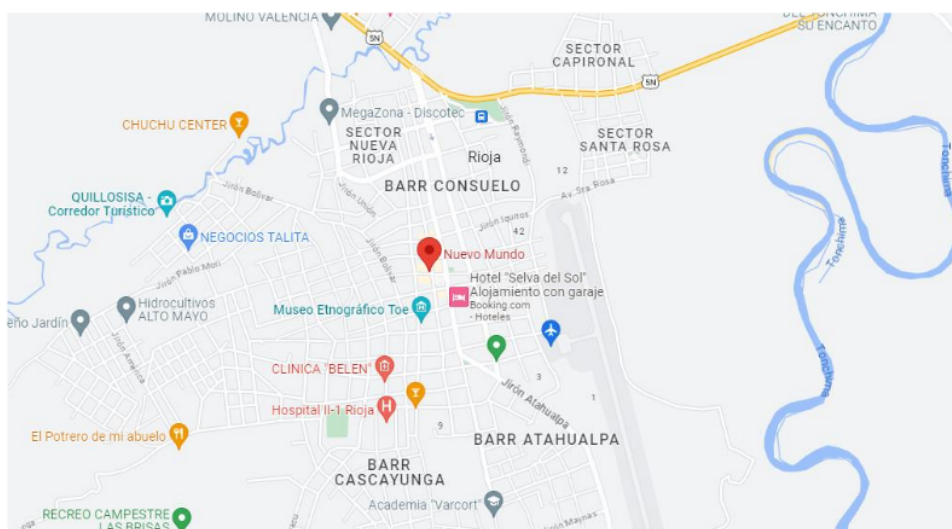


Figura 1. Ubicación geográfica - Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja

Nota: Elaboración del investigador.

3 3.1.3 Período de ejecución

El período de ejecución del presente estudio corresponde al período de agosto 2021 – Julio 2022.

3.1.4 Autorizaciones y permisos

A fin de lograr la ejecución del estudio, fue indispensable realizar el permiso a la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, donde el gerente general dio la autorización y entregó la información requerida por el investigador para el desarrollo del informe de tesis.

3.1.5 Control ambiental y protocolos de bioseguridad

En el desarrollo del estudio se ha realizado el control ambiental y el protocolo correspondiente a fin de asegurar el bienestar de los involucrados.

3.1.6 Aplicación de principios éticos internacionales

En primer lugar, para la redacción del contenido del estudio, se tuvo en cuenta las Normas APA 7ma edición, el cual establece las citaciones e indica el formato de las tablas y figuras empleadas, cabe indicar que la tesis se encuentra parafraseada y se respetó la autoría de los autores del contenido teórico y metodológico del estudio. En segundo lugar, se ha seguido las pautas que estableció la UNSM a fin de llevar un orden apropiado en el formato de investigación. Para finalizar, los principios éticos que se tuvieron en cuenta han sido: Beneficencia por cuanto no se provocó ningún daño a los involucrados en el estudio. Respeto a las personas debido a que la participación de los individuos ha sido de forma autónoma. Justicia, en vista de que la elección de los involucrados en el estudio fue sin distinción.

3.2. Sistema de variables

Tabla 1

Descripción de variable - Objetivo específico N° 1

Objetivo específico N° 1: Describir la planeación comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.

Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Planeación comercial	<ul style="list-style-type: none">- Análisis de la situación- Análisis de mercado- Establecimiento de objetivos y selección de estrategias	A fin de conocer los procesos de planeación comercial en relación a sus indicadores, se realizó un entrevista al administrador y al encargado de ventas	Nominal

3
Tabla 2

Descripción de variable - Objetivo específico N° 2

Objetivo específico N° 2: Describir la ejecución comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.

Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Ejecución comercial	<ul style="list-style-type: none"> - Portafolio - Precio - Promociones 	A fin de conocer los procesos de ejecución comercial en relación a sus indicadores, se realizó un entrevista al administrador y al encargado de ventas	Nominal

3
Tabla 3

Descripción de variable - Objetivo específico N° 3

Objetivo específico N° 3: Describir el control comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.

Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Control comercial	<ul style="list-style-type: none"> - Control de actividades de - Capacitación de vendedores - Servicio post – venta - Rotación de existencias 	Para evaluar los procesos de control comercial en relación a sus indicadores, se realizó un entrevista al administrador y al encargado de ventas	Nominal

3
Tabla 4

Descripción de variable - Objetivo específico N° 4

Objetivo específico N° 3: Analizar los índices de rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.

Variable abstracta	Variable concreta	Medio de registro	Unidad de medida
Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Rotación de existencias - Ratio de capital de trabajo - Ratio del activo total - Rentabilidad bruta - Rentabilidad neta 	Para analizar la rentabilidad de la empresa se tuvo en cuenta los estados financieros y estado de resultados que corresponden a los años 2020 y 2019.	Razón

1
3.3 Procedimientos de la investigación

Tipo de investigación

El estudio ha sido de tipo aplicada. Este tipo de investigación permitió conocer la problemática de la gestión comercial y su incidencia en la rentabilidad de la empresa

Negocios Nuevo Mundo EIRL. Asimismo, Cohen y Gómez (2019), manifiesta que el tipo de investigación aplicada pretende resolver una situación problemática que acontece en alguna organización, basándose de hallazgos y ocupándose del proceso de enlace entre la teoría y el producto.

Nivel de investigación

El nivel del estudio ha sido explicativo porque en la investigación ha sido posible explicar la gestión comercial y conocer el grado de incidencia que tiene en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL. De igual manera, Hernández y Ramos (2018), refieren que el estudio explicativo tiene como propósito conocer por qué suceden ciertos hechos, analizando la incidencia o impacto de una variable sobre otra, las condiciones en que ellos se producen.

Diseño de investigación

De diseño no experimental porque en el desarrollo, las variables gestión comercial y rentabilidad no han sido manipuladas, se presentaron tal cual, de acuerdo con los datos que serán recopilados. De igual manera Lerma (2016), explica que un diseño no experimental es aquel que se caracteriza por elaborar el estudio sin manipular las variables que son objeto del estudio. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos.

El esquema fue el siguiente:



Donde

m = Muestra.

V1 = Gestión comercial.

V2 = Rentabilidad.

i = Incidencia.

Población

La investigación ha contado con los colaboradores de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL y los documentos contables y financieros, por medio de los cuales se obtuvo información. Por su parte, Cohen y Gómez (2019), aseguran que la población es un grupo de cosas, objetos, documentos, personas, entre otros, que poseen características similares y que son base de un estudio.

Muestra

En el estudio, la muestra estuvo conformada por el administrador y el encargado de ventas de la empresa, también estuvo compuesta por los estados financieros y estado de resultados que corresponden a los años 2020 y 2019 de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL. De igual manera, Cohen y Gómez (2019), supone que la muestra es un subconjunto de la población que sirven como fuente principal para la obtención de datos para la elaboración de un proyecto.

Muestreo

El muestreo empleado fue no probabilístico por conveniencia, es decir, se ha escogido a los participantes teniendo en cuenta las características necesarias para el desarrollo del trabajo investigativo porque se extrajo la información necesaria.

Unidad de análisis

Un colaborador y documentos contables de la empresa Nuevo Mundo EIRL.

3.3.1 Objetivo específico 1

Describir la planeación comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.

a) Actividades y tareas

Se reconoció y describió las actividades de la planeación comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL en el periodo 2020. Asimismo, se identificó las deficiencias de este.

b) Descripción de procedimientos

El instrumento aplicado fue la guía de entrevista conformada por 20 interrogantes al administrador y responsable de ventas.

c) Técnica de procesamiento y análisis de datos

El análisis que ha sido empleado en el estudio es descriptivo.

3.3.2 Objetivo específico 2

Describir la ejecución comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.

a) Actividades y tareas

Se reconoció y describió las actividades de ejecución comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL en el periodo 2020. De igual manera, se identificó las deficiencias en la ejecución comercial.

b) Descripción de procedimientos

El instrumento aplicado fue la guía de entrevista conformada por 20 interrogantes al administrador y responsable de ventas.

c) Técnica de procesamiento y análisis de datos

El análisis que ha sido empleado en el estudio es descriptivo.

3.3.3 Objetivo específico 3

Describir el control comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.

a) Actividades y tareas

Se ha reconocido y describió las actividades de control comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL en el periodo 2020. De igual manera, se identificó las deficiencias que corresponden a este.

b) Descripción de procedimientos

El instrumento aplicado fue la guía de entrevista conformada por 20 interrogantes al administrador y responsable de ventas.

c) Técnica de procesamiento y análisis de datos

El análisis que ha sido empleado en el estudio es descriptivo.

3.3.4 Objetivo específico 4

Analizar los índices de rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.

a) Actividades y tareas

Se ha realizado el análisis de los índices de rentabilidad en la organización a través de los ratios financieros que corresponden al periodo 2019 – 2020.

b) Descripción de procedimientos

El instrumento empleado fue la guía de análisis documental al estado de situación financiera y resultados de la empresa.

c) Técnica de procesamiento y análisis de datos

El análisis que ha sido empleado en el estudio es descriptivo.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

26 Con el propósito de dar respuesta a cada uno de los objetivos se aplicó los instrumentos 2 de la guía de entrevista y guía de análisis documental. Por tanto, se obtuvo los siguientes resultados:

4.1 Resultado específico 1

Planeación comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.



Figura 2. Actividades en la planeación comercial.

Nota: Elaboración del investigador.

En la empresa, las actividades de planeación comercial inician con el análisis de la situación, luego se realiza el análisis de mercado y por último, el establecimiento de los objetivos y selección de las estrategias. No obstante, la gerencia no evalúa las oportunidades que se presentan en el mercado comercial, desconocen las amenazas que atentan contra la empresa en un contexto externo, tampoco realizan un análisis previo del mercado donde ofrecen sus prendas de vestir.

Por otro lado, los objetivos planteados no son claros y desconocen las preferencias de sus clientes porque no realizan encuestas ni emplean estrategias comerciales para el logro de metas trazadas. Estos acontecimientos han conllevado a que la empresa sufra pérdidas de prendas de vestir que llevan meses en almacén por no ser de preferencia de los clientes. Es así como la empresa realizó un remate de prendas de vestir y accesorios a un precio menor, ocasionando pérdidas monetarias que no son favorables para el propietario.

A continuación, se detalla la evidencia que indica la pérdida monetaria a causa de una inadecuada planeación comercial:

Tabla 5
Prendas y accesorios de vestir en remate

Productos	Cantidad	P / U	Precio Remate	Diferencia	Total Pérdida S/
Blusas dama Pioner	80	S/ 44.80	S/ 20.00	S/ 24.80	S/ 1,984.00
Vestido dama Soho	40	S/ 55.20	S/ 30.00	S/ 25.20	S/ 1,008.00
Pantalón dama Ostia	60	S/ 65.80	S/ 30.00	S/ 35.80	S/ 2,148.00
Short dama Squeeze	85	S/ 45.00	S/ 20.00	S/ 25.00	S/ 2,125.00
Ropa de baño Vanella	60	S/ 50.00	S/ 25.00	S/ 25.00	S/ 1,500.00
Poleras dama Squeeze	50	S/ 65.00	S/ 40.00	S/ 25.00	S/ 1,250.00
Pantalón caballero Oslo	40	S/ 80.00	S/ 40.00	S/ 40.00	S/ 1,600.00
Casaca caballero Muquis	40	S/ 58.00	S/ 38.00	S/ 20.00	S/ 800.00
Morrales dama Renzo Costa	40	S/ 90.00	S/ 60.00	S/ 30.00	S/ 1,200.00
Poleras caballero Hush Pup	30	S/ 55.20	S/ 35.00	S/ 20.20	S/ 606.00
					S/ 14,221.00

Nota: Datos extraídos del reporte de ventas de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL. El análisis total de pérdida reflejada en la tabla 5 es trimestral.

2 Interpretación

En la tabla 5 se aprecia la lista de prendas de vestir y accesorios que se dieron en remate que llevaban tiempo en almacén, entre la lista se encuentran blusas, vestidos, pantalones, ropa de baño, poleras, casacas y morrales. La pérdida total fue de S/ 14,221.00.

Al realizar una comparación de la información obtenida, se verifica que este resultado concuerda con el estudio realizado por Castañeda (2019), porque llegó a concluir que la elaboración de la gestión administrativa se elabora de forma inadecuada en un 56%, mientras que el 44% se lleva de forma adecuada. Así también, destaca la importancia de planificar las actividades empresariales, sin embargo, la empresa Michiplot S.A.C. ha sufrido deficiencias debido a que las actividades planeadas no llegaron a cumplirse a tiempo, las ventas no contribuyeron con las expectativas de la gerencia. Es preciso indicar que la planificación de actividades es relevante porque permitirá que una organización alcance sus metas y logre el éxito.

4.2 Resultado específico 2

Ejecución comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.



Figura 3. Actividades en la ejecución comercial.

Nota: Elaboración del investigador.

Las actividades que se realizan en la ejecución comercial inicia con el portafolio de clientes, precio de las prendas y promociones. Con respecto al portafolio, la empresa no tiene una lista actualizada de sus clientes, pues se limitan a registrarlos manualmente, algunos de ellos, son registrados en el sistema, razón por la cual no existe un listado actualizado. En cuanto a los precios, van de acorde a la calidad, pero no de acorde a costos incurridos, pues, algunas veces, son vendidos a precio erróneo, es decir, menor al que se adquirió inicialmente. También, las prendas de vestir, en determinadas oportunidades son accesibles para el cliente.

Por otro lado, la empresa ofrece sus productos en redes sociales, pero no contacta a sus clientes porque no existe un encargado permanente que responda los mensajes que realizan los clientes a través de esta red. Las promociones no son realizadas de forma permanente, sin embargo, algunas veces realiza descuentos por compras mayores y a clientes que recurren con frecuencia. Estas actividades han conllevado que la organización sufra pérdidas por una inapropiada ejecución comercial.

Por consiguiente, se detalla la evidencia que detalla la pérdida producida en esta actividad:

Tabla 6*Prendas y accesorios de vestir comercializados con precios erróneos*

Prendas y accesorios	Cantidad	Precio unitario	Precio vendido por error	Diferencia generada	Pérdida Total S/
Polos niños Fisher Price	60	S/ 65.00	S/ 32.00	S/ 33.00	S/ 1,980.00
Polos niños Pioner	80	S/ 52.30	S/ 22.80	S/ 29.50	S/ 2,360.00
Pantalones niños Gzuck	79	S/ 98.00	S/ 75.00	S/ 23.00	S/ 1,817.00
Monederos Renzo Costa	56	S/ 55.00	S/ 40.00	S/ 15.00	S/ 840.00
Short dama Squeeze	90	S/ 45.00	S/ 35.00	S/ 10.00	S/ 900.00
Pantalón dama Squeeze	74	S/ 95.00	S/ 75.00	S/ 20.00	S/ 1,480.00
Coches bebé	17	S/ 154.00	S/ 140.00	S/ 14.00	S/ 238.00
Polos dama Soho	74	S/ 55.00	S/ 35.00	S/ 20.00	S/ 2,590.00
					S/ 12,205.00

Nota: Datos extraídos del reporte de ventas de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL. El análisis total de pérdida reflejada en la tabla 6 es trimestral.

Interpretación

Tal como señala la tabla 6, por error se comercializaron prendas y accesorios a precios que no corresponden debido a que la información no se encontraba actualizada, esto se debe a que los colaboradores no registran a tiempo los precios que corresponden y no son ingresados al sistema debidamente. La pérdida monetaria asciende a S/ 12,205.00, el cual afecta a **los resultados económicos de la organización.**

El estudio desarrollado por Cárdenas y Navarro (2020), tiene similitud con el resultado antes mencionado porque concluyó que la administración de las ventas es inadecuada, por cuanto, existe un incumplimiento del 70% de actividades asociadas con la ejecución comercial. La empresa tuvo pérdidas considerables por los montos de S/ 69,949.00, S/ 56,781.00 y S/ 19,127.00, debido a la incapacidad de pago, falta de verificación y despacho de existencias, ocasionando que la organización presente problemas en sus resultados económicos y financieros.

4.3 Resultado específico 3

Control comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.



Figura 4. Actividades en el control comercial.

Nota: Elaboración del investigador.

El control comercial inicia con el desarrollo del control de actividades, luego se realiza la capacitación al personal, servicio de post venta y la rotación de existencias. En lo que respecta al control de actividades, no existe un responsable permanente de supervisar las actividades comerciales realizadas por la empresa. Los colaboradores desconocen de temas estratégicos de ventas debido a que no reciben capacitaciones constantes a falta de tiempo, pero, algunos vendedores tienen conocimientos asociados a la atracción de clientes y ventas, lo cual es favorable para la organización.

Por otro lado, la organización presta el servicio de delivery (sin costo) y atención de reclamos en caso lo hubiese, donde solo se realiza el cambio de alguna prenda dentro de las 24 horas. También, la empresa tiene facilidad de adquisición de prendas para ser comercializadas, pero estas no cumplen con las expectativas de los clientes y por ello, existe una rotación baja de existencias. Debido a los acontecimientos antes indicados, la empresa ha recibido reclamos por parte de los clientes por algunas prendas que sufrieron desmedro (deterioro) en el almacén y que no cumplieron con las solicitudes del cliente.

Dicha mercadería no pudo ser comercializada y tuvieron que ser rematados a un precio mínimo. Por tanto, se evidencia la lista de prendas que fueron devueltas por el cliente y tuvieron que ser vendidas a un bajo precio.

Tabla 7*Prendas devueltas y vendidas a precio de remate*

Prendas devueltas 2020	Cantidad	P/ U	Precio remate	Pérdida por prenda	Total pérdida
Polos caballeros Gzuck	58	S/ 64.20	S/ 20.00	S/ 44.20	S/ 2,563.60
Corbatas Jhon Holden	23	S/ 39.50	S/ 15.00	S/ 24.50	S/ 563.50
Poleras dama Brujhas	46	S/ 45.30	S/ 35.00	S/ 10.30	S/ 473.80
Blusas Dama Soho	35	S/ 55.20	S/ 20.00	S/ 35.20	S/ 1,232.00
Pantalones Caballeros Gzuck	25	S/ 89.90	S/ 50.00	S/ 39.90	S/ 997.50
Poleras baby kind	23	S/ 48.30	S/ 30.00	S/ 18.30	S/ 420.90
Pantalones caballeros Cat	45	S/ 78.30	S/ 45.50	S/ 32.80	S/ 1,476.00
Polos niños Fisher Price	28	S/ 65.00	S/ 25.00	S/ 40.00	S/ 1,120.00
Vestido dama Squeeze	29	S/ 85.00	S/ 45.20	S/ 39.80	S/ 1,154.20
					S/ 10,001.50

Nota: Datos extraídos del reporte de ventas de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL. El análisis total de perdida reflejada en la tabla 7 es trimestral.

Interpretación

Como se observa en la tabla 7, hubo prendas de vestir que fueron devueltas por el cliente por tener cierto deterioro, el cual fue recepcionado por la empresa. Ante dicha situación, tuvieron que realizar el remate, ocasionando una pérdida de S/ 10,001.50. Este hecho fue a causa del inadecuado control comercial en la organización.

Este resultado al ser comparado con el estudio por Cisneros y Paneca (2018), tiene relación porque llegaron a concluir que la dirección y el control de las organizaciones, es de suma importancia para que la gestión comercial sea efectuada de forma eficiente. Por tal motivo, se destaca que el control comercial se caracteriza porque permite el control de actividades, capacitación de vendedores, servicio de post – venta y rotación de existencias. Es importante mantener el control de toda actividad para lograr los objetivos planteados dentro del plazo establecido.

4.4 Resultado específico 4

²² **Índices de rentabilidad de la empresa** Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.

Para conocer ²² **los índices de rentabilidad en la empresa** ha sido necesario efectuar la comparación de los ratios obtenidos a través de los estados financieros de los periodos 2019 y 2020.

Tabla 8*Índice de rentabilidad 2019 - 2020*

Rentabilidad	2020		2019	
Rotación de existencias	$\frac{S/ 680.212.00}{S/ 369.310.00}$	= 2	$\frac{S/ 852.451.00}{S/ 317.379.00}$	= 3
Ratio de capital propio	$\frac{S/ 58.417.00}{S/ 640.777.00}$	= 9%	$\frac{S/ 69.740.00}{S/ 709.060.00}$	= 10%
Ratio del activo total	$\frac{S/ 58.417.00}{S/ 794.589.00}$	= 7%	$\frac{S/ 69.740.00}{S/ 901.127.00}$	= 8%
Rentabilidad bruta	$\frac{S/ 216.637.00}{S/ 744.247.00}$	= 29%	$\frac{S/ 209.889.00}{S/ 909.023.00}$	= 23%
Rentabilidad neta	$\frac{S/ 58.417.00}{S/ 744.247.00}$	= 7%	$\frac{S/ 69.740.00}{S/ 909.023.00}$	= 8%

² **Nota:** Datos extraídos de los EE.FF de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL.

Interpretación

Tal como señala la ² tabla 8, el índice de rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL en los periodos 2019 – 2020 tiene el siguiente resultado: La rotación de existencias en el 2020 fue de 2 veces, mientras que en el 2019 fue de 3 veces, por cuanto hubo una reducción en la rotación, impidiendo que la mercancía pueda ser comercializada a tiempo. Con respecto al ratio del capital propio, por cada unidad monetaria en el patrimonio, hubo una ganancia del 9% (2020) y 10% (2019). Con respecto al rendimiento del activo, ³ por cada sol invertido en el activo, la empresa tuvo una ganancia del 7% en el periodo 2020 y 8% en el periodo 2019.

En lo que se refiere a la ganancia bruta, por cada unidad monetaria vendida, descontando el costo de venta, tuvo una ganancia del 29% (2020) y 23% (2019). Para terminar, en la rentabilidad neta, es decir, las ganancias obtenidas a partir de las ventas generadas, deduciendo costo y gasto, ha tenido un índice del 7% en el 2020 y 8% en el 2019. Cabe indicar que las ventas en el 2019 fueron por S/ 909,023.00, sin embargo, en el 2020 este tuvo una reducción a S/ 744,247.00, dejando evidencia de que la empresa no realizó más ventas en el periodo estudiado.

⁴ Este resultado concuerda con el estudio realizado por Garzón (2017), quien llegó a concluir que en la empresa SkyNey de Colombia S.A.S el margen bruto fue de 20% (2015) y -13% (2016), la utilidad neta tuvo un índice de 9%, -8%; el nivel del endeudamiento fue de 42% y 72%, endeudamiento a corto plazo por 79% y 61%; endeudamiento financiero 1% y 38%; por otro lado, con lo que refiere a la liquidez, la razón corriente fue de 1.4 y 1.3 y el capital de trabajo \$3.784,59 y \$6.924.88, donde se pudo apreciar que los resultados del periodo ¹ 2016 han sido negativos. Además, cabe indicar que los índices de rentabilidad permiten


conocer si la empresa ha generado ganancias, de ser lo contrario, estaría atravesando un serio problema económico y financiero.

2
Incidencia de la gestión comercial en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.

Tabla 9

Incidencia de la gestión comercial en la rentabilidad

2
Problema general: ¿En qué forma la gestión comercial incide en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020?

Gestión comercial		Rentabilidad	
Deficiencias en la gestión comercial:		Los índices de rentabilidad son los siguientes:	
<ul style="list-style-type: none"> • Planeación comercial - No se evalúa las oportunidades del mercado comercial. - Los objetivos planteados no son claros. - Desconocen las preferencias de sus clientes. - No emplean estrategias comerciales. <p>La pérdida generada fue de S/ 14,221.00.</p>		Ratio	2020
		2019	
		Rotación de existencias	2 3
		Ratio de capital propio	9% 10%
		Ratio del activo total	7% 8%
		Rentabilidad bruta	29% 23%
		Rentabilidad neta	7% 8%
<ul style="list-style-type: none"> • Ejecución comercial - No existe una lista actualizada de clientes. - Los precios de las prendas no se encuentran claramente definidos. - No se elaboran promociones constantes. <p>La pérdida producida fue de S/ 12,205.00.</p>		La pérdida monetaria generada por una inapropiada gestión comercial en la empresa fue por S/ 36,427.00.	
		Luego de efectuar el análisis correspondiente, de no ser por la pérdida monetaria, el ratio del activo total habría tenido un índice del 12%, es decir, las ganancias obtenidas a partir del activo total habrían tenido un incremento.	
<ul style="list-style-type: none"> • Control comercial - No existe un responsable de supervisar las actividades comerciales. - Los colaboradores no reciben capacitaciones constantes. - El servicio de post – venta no es permanente. - Baja rotación de existencias. <p>La pérdida generada fue de S/ 10,001.50.</p>		En cuanto al rendimiento bruto, este habría tenido un incremento del 23% al 26%, por cuanto las ventas habrían tenido un aumento considerable, logrando que las ganancias aumenten.	
		Con respecto al rendimiento neto, este habría tenido un incremento del 7% a 11%, es decir, las ganancias netas habrían tenido un aumento monetario de S/ 58,417.00 a S/ 102,303.00. Este resultado habría permitido que la organización realice futuras inversiones.	

2
Hipótesis que se acepta: La gestión comercial incide de forma significativa en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.

Nota: Elaboración del investigador.

2
 En el resultado general se determinó la incidencia de la gestión comercial en la rentabilidad de la organización. Para ello, se efectuó el análisis correspondiente y se dio a conocer que la pérdida monetaria por las falencias evidenciadas fue por el monto de S/ 36,427.00. Por consiguiente, de no ser por la pérdida, el ratio del activo total habría tenido un índice del 12%, es decir, las ganancias obtenidas a partir del activo total habrían tenido un

incremento. El rendimiento bruto habría tenido un incremento del 23% al 26%, por cuanto las ventas habrían tenido un aumento, logrando que las ganancias aumenten. En cuanto al rendimiento neto, este habría tenido un incremento de 7% a 11%, es decir, las ganancias netas habrían tenido un incremento monetario de S/ 58,417.00 a S/ 102,303.00.

A su vez ¹ estos resultados al ser comparados con Quiquinlla (2018), indica que existe similitud debido a que llegó a concluir que la administración de las ventas y el almacén inciden en los resultados económicos de la empresa Requejo, esto se debe a que la empresa tuvo una pérdida de S/ 43,473.30. Por otro lado, el 76% de actividades no se desempeñan de forma correcta. También, los beneficios por la inversión fueron de 0.12 en el 2016, mientras que el 2015 fue 0.20. Además, ¹ la rentabilidad sobre el patrimonio fue de 0.43 y 0.31, la rentabilidad sobre las ventas efectuadas fue de 0.14 y 0.19.

CONCLUSIONES

Se concluye lo siguiente:

1. En la planeación comercial se realiza el análisis de la situación, análisis de mercado, establecimiento de objetivos y selección de estrategias, sin embargo, estas presentan falencias que ocasionaron la pérdida monetaria de S/ 14,221.00.
2. En la ejecución comercial se realiza el portafolio de clientes, precio de las prendas de vestir y promociones. No obstante, la pérdida producida por las falencias y errores es por el monto de S/ 12,205.00.
3. En el control comercial se desarrolla el control de actividades, capacitación de vendedores, servicio de post – venta y rotación de existencias, las cuales presentan deficiencias porque se generó una pérdida monetaria de S/ 10,001.50.
4. ² El índice de rentabilidad de la empresa en los periodos 2019 – 2020 es: La rotación de existencias en el 2020 fue 2 veces y 3 veces en el 2019, el ratio del capital propio fue del 9% (2020) y 10% (2019), el rendimiento del activo fue 7% en el periodo 2020 y 8% en el 2019, la ganancia bruta fue del 29% (2020) y 23% (2019). Para terminar, en la rentabilidad neta, el índice fue 7% en el 2020 y 8% en el 2019.
5. ⁷ La gestión comercial incide de forma significativa en la rentabilidad porque las falencias ocasionaron la pérdida de S/ 36,427.00. De no ser por dicha pérdida, el ratio del activo total habría tenido un índice del 12%, el rendimiento bruto habría tenido un aumento del 23% al 26%. En cuanto al rendimiento neto, este habría tenido un incremento de 7% a 11% porque la ganancia neta habría tenido un incremento monetario de S/ 58,417.00 a S/ 102,303.00.

² RECOMENDACIONES

Se recomienda lo siguiente:

1. A la gerencia de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL realizar un análisis y evaluación anual del mercado comercial que permita a la organización establecer objetivos claros y alcanzables durante cada periodo, asimismo realizar encuestas a los clientes frecuentes y público en general para reconocer sus preferencias.
2. Al encargado de ventas, trabajar en equipo con los vendedores y colocar las etiquetas de los precios reales en las prendas y actualizar el sistema de control con la finalidad de evitar pérdidas por errores de precio, asimismo, definir un responsable que maneje las ventas a través de las redes sociales.
3. Al administrador, supervisar las actividades realizadas por el personal de ventas y atención al cliente, organizar capacitaciones mensuales de ventas, fortalecer el servicio post – venta y junto con el área logística solicitar la mercancía necesaria para ser comercializada.
4. Al responsable del área contable, realizar ²⁵ el análisis trimestral de los Estados Financieros a través de los ratios financieros ¹ planteados en el presente estudio con la finalidad de identificar si la empresa está generando ganancias y tomar decisiones que permita su crecimiento económico y financiero.
5. A la gerencia de la empresa, implementar estrategias que contribuyan en ⁴ la gestión comercial para incrementar las ventas de las prendas de vestir y accesorios, de modo que ocasione un mayor índice en los indicadores de rentabilidad, siendo éstos, favorables para los inversionistas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arguedas, R. y González, J. (2016). *Finanzas empresariales*. (1°ed). España: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces SA. <https://n9.cl/jnxbo>
- Bohórquez, K. y Tobón, L. (2017). Gerencia y gestión de marcas propias en Colombia: notoriedad de marca, factores de comercialización y posicionamiento en el canal tradicional. *Revista cuadernos latinoamericanos de administración*. 13 (24), 27-39. <https://www.redalyc.org/pdf/4096/409653240003.pdf>
- Cárdenas, A. y Navarro, A. (2020). *Gestión de ventas y la rentabilidad en la empresa Carpio S.A.C., de la ciudad de Tarapoto, año 2018*. (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Tarapoto – Perú. <https://n9.cl/62ny>
- Carpintero, P. (2017). *La gestión comercial en la empresa Superkasa de la ciudad de Riobamba y su incidencia en las ventas*. Universidad Nacional de Chimbotazo. Riobamba – Ecuador. <https://n9.cl/pnf3>
- Castañeda, M. (2019). *Gestión administrativa para incrementar la rentabilidad en la empresa Michiplot S.A.C. Chiclayo 2018*. (Tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán. Pimentel – Perú. <https://n9.cl/7uyhe>
- Cisneros, Y. y Paneca, Y. (2018). Gestión Comercial: diagnóstico del atractivo y rentabilidad del punto de ventas. *Revista Ciencias de Holguín*. 24 (2), 1-21. DOI: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1815/181557161002/html/index.html>
- Cohen, N. y Gómez, G. (2019). *Metodología de la investigación*. (3° ed.). Editorial Teseo: Buenos Aires – Argentina. <https://n9.cl/eyrh5>
- Correa, J. y Gómez, S. (2018). Indicadores financieros y su eficiencia en la explicación de la generación de valor en el sector cooperativo. *Revista Ciencias Holguín*. 26 (2), 129-144. <https://doi.org/10.18359/rfce.3859>
- Díaz, E. y León, M. (2019). *Gestión administrativa y comercial en restauración*. (2° ed.). Madrid – España: Ediciones Paraninfo. <https://n9.cl/7qwg6>
- Di Máximo, A. (2016). *Modelo teórico de gestión empresarial*. (1°ed). México. Editorial Unid. <https://n9.cl/t2sfp>
- Escudero, M. (2019). *Gestión logística y comercial*. (2° ed.). España: Ediciones Paraninfo: <https://n9.cl/y4f0n>


- Estupiñan, J. (2018). *Gestión empresarial y posmodernidad*. (1°ed). México: Infinite Study. <https://n9.cl/o0kp>
- Garzón, M. (2017). *Análisis de sostenibilidad, rentabilidad y endeudamiento de SkyNey de Colombia S.A.S a través de indicadores financieros*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Colombia. Bogotá – Colombia. <https://n9.cl/y78r>
- Granja, A. (2019). *Gestión Comercial y Fuerzas de Ventas: Organización de la Fuerza de Ventas Exitosa*. (1°ed). España: Groppe Libros. <https://n9.cl/spb8n>
- Hernández, A. y Ramos, B. (2018). *Metodología de la investigación científica*. (1°ed). Ciencias. <https://n9.cl/j1dxt>
- Herrera, K. (2018). *Evaluación de la Gestión Comercial del periodo 2016 y 2017 de la Empresa Distribuidora Marisa S.R.L, Chimbote*. Universidad Cesar Vallejo. Chimbote – Perú. <https://n9.cl/6dqr>
- Huertas, E. (2016). Riesgo y rentabilidad de los commodities. *Revista científica de la Universidad Nacional Agraria*. 77 (2), 176-183. <http://dx.doi.org/10.21704/ac.v77i2.487>
- Lavalle, A. (2016). *Análisis financiero*. Editorial Digital UNID: México. <https://n9.cl/hnysg>
- Leyva, E. (2016). La rentabilidad económica, un factor para alcanzar la eficiencia empresarial. *Revista Ciencias Holguín*. 22 (4), 1-17. <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181548029004.pdf>
- Lerma, H. (2016). *Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto*. (1°ed). Bogotá – Colombia: Ecoe Ediciones. <https://n9.cl/ptg2>
- Merino, R. (2017). *Gestión administrativa y su efecto en la rentabilidad financiera de la empresa Comercial El Trébol SAC del distrito de Trujillo, 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo – Perú. <https://n9.cl/ahfc>
- Muñoz, J. (2019). *Análisis contable*. (1°ed). España: Editorial Elearning. <https://n9.cl/1zw9>
- Pineda, A. (2019). *La comunicación organizacional en la gestión empresarial: Retos y oportunidades en el escenario digital*. *Revista Geón*. 7 (1), 9-25. <https://doi.org/10.22579/23463910.182>
- Quiquinlla, H. (2018). *Evaluación de la gestión de almacén y su incidencia en la rentabilidad de la empresa comercial Requejo, Tarapoto, año 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo. Tarapoto – Perú. <https://n9.cl/dobk>

Rizo, M. y Villa, B. (2017). Estrategias de comercialización para la gestión de ventas en el mercado Agropecuario Estatal Ferreiro de Santiago de Cuba. *Revista Ciencia*. 4 (2), 91-102. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181353794007>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	OBJETIVO GENERAL	ASPECTOS TEÓRICOS
<p>¿En qué forma la gestión comercial incide en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020?</p>	<p>Hi: La gestión comercial incide de forma significativa en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.</p>	<p>Determinar la incidencia de la gestión comercial en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.</p>	<p>V1: Gestión Comercial Como explica Escudero (2019), es un término vinculado a la mercadotecnia, es decir, es un tipo de gestión que brinda las técnicas necesarias para promover un producto o servicio. De igual manera, son los recursos que una organización lleva a cabo para dar conocimiento de su propuesta comercial.</p>
<p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p>	<p>H0: La gestión comercial no incide de forma significativa en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.</p>	<p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p>	<p>V2: Rentabilidad De acuerdo con Arguedas y González (2016), dan a conocer que la rentabilidad es la suficiencia para generar suficiente utilidad o ganancias en la organización, durante un periodo de trabajo, demostrando que los ingresos son mayores que sus gastos, además su gestión depende de las acciones que realice la empresa.</p>
<p>P.1. ¿Cómo es la planeación comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020?</p>	<p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</p>	<p>O1. Describir la planeación comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020</p>	
<p>P.2. ¿Cómo es la ejecución comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020?</p>	<p>H.1. La planeación comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020, es inadecuada.</p>	<p>O2. Describir la ejecución comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020</p>	
<p>P.3. ¿Cómo es el control comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020?</p>	<p>H.2. La ejecución comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020, es regular.</p>	<p>O3. Describir el control comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020</p>	
<p>P.4. ¿Cuáles son los índices de rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020?</p>	<p>H.3. El control comercial en la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020, es inadecuada</p> <p>H.4. Los índices de rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020, no presentan valores óptimos.</p>	<p>O4. Analizar los índices de rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020.</p>	

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	VARIABLES DE ESTUDIO			POBLACIÓN Y MUESTRA	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS																			
 <p>Donde m = Muestra. V1 = Gestión comercial. V2 = Rentabilidad. i = Incidencia.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Variables</th> <th>Dimensiones</th> <th>Indicadores</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">Gestión comercial</td> <td>Planeación comercial</td> <td>- Análisis de la situación - Análisis de mercado - Establecimiento de objetivos y selección de estrategias</td> </tr> <tr> <td>Ejecución comercial</td> <td>- Portafolio - Precio - Promociones</td> </tr> <tr> <td>Control comercial</td> <td>- Control de actividades vendedores - Servicio post – venta - Rotación de existencias</td> </tr> <tr> <td rowspan="5">Rentabilidad</td> <td>Rotación de existencias</td> <td>$\frac{\text{Aprovisionamiento}}{\text{Existencias}}$</td> </tr> <tr> <td>Ratio de capital de trabajo</td> <td>$\frac{\text{Beneficios netos}}{\text{Patrimonio neto}}$</td> </tr> <tr> <td>Ratio del activo total</td> <td>$\frac{\text{Beneficios netos}}{\text{Activo total}}$</td> </tr> <tr> <td>Rentabilidad bruta</td> <td>$\frac{\text{Beneficios brutos}}{\text{Ventas netas}}$</td> </tr> <tr> <td>Rentabilidad neta</td> <td>$\frac{\text{Beneficios netos}}{\text{Ventas totales}}$</td> </tr> </tbody> </table>	Variables	Dimensiones	Indicadores	Gestión comercial	Planeación comercial	- Análisis de la situación - Análisis de mercado - Establecimiento de objetivos y selección de estrategias	Ejecución comercial	- Portafolio - Precio - Promociones	Control comercial	- Control de actividades vendedores - Servicio post – venta - Rotación de existencias	Rentabilidad	Rotación de existencias	$\frac{\text{Aprovisionamiento}}{\text{Existencias}}$	Ratio de capital de trabajo	$\frac{\text{Beneficios netos}}{\text{Patrimonio neto}}$	Ratio del activo total	$\frac{\text{Beneficios netos}}{\text{Activo total}}$	Rentabilidad bruta	$\frac{\text{Beneficios brutos}}{\text{Ventas netas}}$	Rentabilidad neta	$\frac{\text{Beneficios netos}}{\text{Ventas totales}}$	<p>Población La investigación contó como población a los colaboradores de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL y los documentos contables y financieros.</p> <p>Muestra En el estudio, la muestra estuvo compuesta por el administrador y el encargado de ventas, también estará compuesta por los estados financieros y estado de resultados que corresponden a los años 2020 y 2019 de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL.</p>	<p>Técnicas Entrevista Análisis documental</p> <p>Instrumento Guía de entrevista Guía de análisis documental</p>
Variables	Dimensiones	Indicadores																						
Gestión comercial	Planeación comercial	- Análisis de la situación - Análisis de mercado - Establecimiento de objetivos y selección de estrategias																						
	Ejecución comercial	- Portafolio - Precio - Promociones																						
	Control comercial	- Control de actividades vendedores - Servicio post – venta - Rotación de existencias																						
Rentabilidad	Rotación de existencias	$\frac{\text{Aprovisionamiento}}{\text{Existencias}}$																						
	Ratio de capital de trabajo	$\frac{\text{Beneficios netos}}{\text{Patrimonio neto}}$																						
	Ratio del activo total	$\frac{\text{Beneficios netos}}{\text{Activo total}}$																						
	Rentabilidad bruta	$\frac{\text{Beneficios brutos}}{\text{Ventas netas}}$																						
	Rentabilidad neta	$\frac{\text{Beneficios netos}}{\text{Ventas totales}}$																						

Fuente: Elaboración propia.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - TARAPOTO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



El instrumento de recolección de datos tiene como finalidad conocer la gestión comercial de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, donde se le pide que conteste de forma verídica, de acuerdo con la percepción que tiene sobre el tema. Se agradece por anticipado su participación.

Gestión Comercial

Dimensión: Planeación comercial

1. ¿Se evalúa las oportunidades presentes en el mercado comercial?

Sí

No

Explique por qué:

.....

.....

2. ¿El gerente conoce las amenazas que tiene la empresa desde un ámbito externo?

Sí

No

Explique por qué:

.....

.....

3. ¿La organización elabora un análisis previo del mercado donde ofrecerá sus productos?

Sí

No

Explique por qué:

.....

.....

4. ¿El gerente general elabora encuestas y conoce las preferencias de sus clientes?

Sí

No

Explique por qué:

.....
.....

5. ¿Los responsables tienen definido sus objetivos organizacionales?

Sí

No

Explique por qué:

.....
.....

6. ¿Se emplean estrategias comerciales para alcanzar las metas trazadas?

Sí

No

Explique por qué:

.....
.....

Dimensión: Ejecución comercial

7. ¿Existe una lista de los clientes que tiene la empresa?

Sí

No

Explique por qué:

.....
.....

8. ¿La empresa contacta y ofrece sus productos por medio de redes sociales?

Sí

No

Explique por qué:

.....
.....

9. ¿Los precios de los productos van de acorde a la calidad y diversos costos incurridos por la empresa?

Sí

No

Explique por qué:

.....

.....

10. ¿Los precios de las prendas de vestir y calzado son accesibles para el cliente?

Sí

No

Explique por qué:

.....

.....

11. ¿Se elaboran promociones de forma constante en la empresa?

Sí

No

Explique por qué:

.....

.....

12. ¿La empresa realiza descuentos por compras mayores o a clientes frecuentes?

Sí

No

Explique por qué:

.....

.....

Dimensión: Control comercial

13. ¿Existe un encargado que supervise las actividades elaboradas en la empresa?

Sí

No

Explique por qué:

.....

.....
14. ¿Se convoca a reuniones con todos los colaboradores para tratar temas sobre la gestión comercial?

Sí

No

Explique por qué:

.....
.....

15. ¿En la empresa se capacita de forma continua a los colaboradores?

Sí

No

Explique por qué:

.....
.....

16. ¿Los colaboradores poseen conocimientos relacionados con la atracción de clientes y ventas?

Sí

No

Explique por qué:

.....
.....

17. ¿La empresa cuenta con el servicio de reclamos en caso hubiese de algún cliente?

Sí

No

Explique por qué:

.....
.....

18. ¿La organización brinda servicios adicionales a sus clientes, entre ellos delivery y otros?

Sí

No

Explique por qué:

.....

.....

19. ¿La empresa adquiere suficiente mercadería para comercializarlos?

Sí

No

Explique por qué:

.....

.....

20. ¿Existe una rotación de existencias adecuada en la empresa?

Sí

No

Explique por qué:

.....

.....



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN - TARAPOTO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



Guía de análisis documental

El instrumento tiene como propósito realizar el análisis del índice de rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, para lo cual se tienen los siguientes resultados financieros:

ÍNDICE DE RENTABILIDAD			
Ratio financiero	Fórmula	Año 2019	Año 2020
Rotación de existencias	$\frac{\text{Aprovisionamiento}}{\text{Existencias}}$		
Ratio de capital propio	$\frac{\text{Beneficios netos}}{\text{Patrimonio neto}}$		
Ratio del activo total	$\frac{\text{Beneficios netos}}{\text{Activo total}}$		
Rentabilidad bruta	$\frac{\text{Beneficios brutos}}{\text{Ventas netas}}$		
Rentabilidad neta	$\frac{\text{Beneficios netos}}{\text{Ventas totales}}$		

**FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORÍA - ITF**

ESTADOS FINANCIEROS

Número de RUC:	20450108139	Razón Social :	NEGOCIOS NUEVO MUNDO EIRL
Periodo Tributario :	202013	Número de Orden:	1001482250
Número de Formulario	0710	Fecha Presentación:	09/04/2021

Estados Financieros

Estado de Situación Financiera (Valor historico al 31 de diciembre2020)

ACTIVO		PASIVO			
Caja y bancos	359	421720	Sobregiros bancarios	401	0
Inv. valor razonable y disp. valor para la venta	360	0	Trib. y aport. sist. pens. y salud por pagar	402	3430
Clas. por cobrar comerciales - ter.	361	0	Remuneraciones y particip. por pagar	403	639
Clas. por cobrar comerciales - relac.	362	0	Clas. por pagar comerciales - terceros	404	0
Clas. por cobrar per. acc. soc. dir. y ger.	363	0	Clas. por pagar comerciales - relac.	405	0
Clas. por cobrar diversas - terceros	364	0	Clas. por pagar accion, directores y ger.	406	0
Clas. por cobrar diversas - relacionados	365	0	Clas. por pagar diversas - terceros	407	0
Serv. y otros contratados por anticipado	366	0	Clas. por pagar diversas - relacionadas	408	0
Estimacio de ctas. de cobranza dudosa	367	(0)	Obligaciones financieras	409	149743
Mercaderías	368	369310	Provisiones	410	0
Productos terminados	369	0	Pago diferido	411	0
Subproductos, deshechos y desperdicios	370	0	TOTAL PASIVO	412	153812
Productos en proceso	371	0	PATRIMONIO		
Materias primas	372	0	Capital	414	137884
Materias aux. suministros y repuestos	373	0	Acciones de inversión	415	0
Envases y embalajes	374	0	Capital adicional positivo	416	0
Existencias por recibir	375	0	Capital adicional negativos	417	(0)
Desvalorización de existencias	376	(0)	Resultados no realizados	418	0
Activos no ctes. mantenidos por la vta	377	0	Excedentes de evaluacion	419	0
Otros activos corrientes	378	839	Reservas	420	0
Inversiones mobiliarias	379	0	Resultados acumulados positivos	421	444476
Inversiones inmobiliarias (1)	380	0	Resultados acumulados negativos	422	(0)
Activ. adq. en Arrendamiento finan. (2)	381	0	Utilidad del ejercicio	423	58417
Inmuebles, maquinarias y equipos	382	2824	Pérdida del ejercicio	424	(0)
Depreciación de 1, 2 e IME acumulados	383	(104)	TOTAL PATRIMONIO	425	640777
Intangibles	384	0	TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	426	794589
Activos biológicos	385	0			
Deprec act biol, amort y agota acum	386	(0)			
Desvalorización de activo inmovilizado	387	(0)			
Activo diferido	388	0			
Otros activos no corrientes	389	0			
TOTAL ACTIVO NETO	390	794589			



REPORTE DEFINITIVO
FORMULARIO 710 RENTA ANUAL 2020
TERCERA CATEGORÍA - ITF

Estado de Resultados

Estado de Resultados Del 01/01 al 31/12 del2020		
Ventas netas o Ing. por servicios	461	744247
Desc. rebajas y bonif. concedidas	462	(0)
Ventas netas	463	744247
Costo de ventas	464	(527610)
Resultado bruto de utilidad	466	216637
Resultado bruto de pérdida	467	(0)
Gasto de ventas	468	(10200)
Gasto de administración	469	(141417)
Resultado de operación utilidad	470	65020
Resultado de operación pérdida	471	(0)
Gastos financieros	472	(0)
Ingresos financieros gravados	473	0
Otros ingresos gravados	475	0
Otros ingresos no gravados	476	0
Enaj. de val. y bienes del act. F.	477	0
Costo enajen. de val y bienes a. f.	478	(0)
Gastos diversos	480	(0)
REI del ejercicio positivo	481	0
Resultado antes de part. Utilidad	484	65020
Resultado antes de part. Pérdida	485	(0)
Distribución legal de la renta	486	(0)
Resultado antes del imp. - Utilidad	487	65020
Resultado antes del imp. - Pérdida	489	(0)
Impuesto a la renta	490	(6603)
Resultado de ejercicio - Utilidad	492	58417
Resultado de ejercicio - Pérdida	493	(0)

Cálculos de ratios financieros

RENTABILIDAD			
PERIODOS	Rotación de existencias		
	Aprovisionamiento	Existencias	Veces
2019	852,451.00	317,379.00	3
2020	680,212.00	369,310.00	2
PERIODOS	Ratio de capital propio		
	Beneficios netos	Patrimonio neto	%
2019	69,740.00	709,060.00	10%
2020	58,417.00	640,777.00	9%
PERIODOS	Ratio del activo total		
	Beneficios netos	Activo total	%
2019	69,740.00	901,127.00	8%
2020	58,417.00	794,589.00	7%
Esperado	102,302.74	831,016.50	12%
PERIODOS	Rentabilidad bruta		
	Beneficios brutos	Ventas netas	%
2019	209,889.00	909,023.00	23%
2020	216,637.00	744,247.00	29%
Esperado	246316.5	945450.5	26%
PERIODOS	Rentabilidad neta		
	Beneficios netos	Ventas totales	%
2019	69,740.00	909,023.00	8%
2020	58,417.00	744,247.00	7%
Esperado	102303	945451	11%

Gestión comercial y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Negocios Nuevo Mundo EIRL, Rioja 2020

INFORME DE ORIGINALIDAD

21 %

INDICE DE SIMILITUD

21 %

FUENTES DE INTERNET

1 %

PUBLICACIONES

9 %

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	5 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	4 %
3	tesis.unsm.edu.pe Fuente de Internet	4 %
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	2 %
5	www.datacrm.com Fuente de Internet	1 %
6	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	1 %
7	fddocuments.ec Fuente de Internet	1 %
8	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1 %

9	Submitted to Universidad Nacional de San Martín Trabajo del estudiante	<1 %
10	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1 %
11	Submitted to Pontificia Universidad Católica del Ecuador - PUCE Trabajo del estudiante	<1 %
12	Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC Trabajo del estudiante	<1 %
13	www.kiva.org Fuente de Internet	<1 %
14	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
15	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
16	europa.eu Fuente de Internet	<1 %
17	www.ardan.es Fuente de Internet	<1 %
18	vimeo.com Fuente de Internet	<1 %
19	repositorio.upsjb.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

20	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
21	46.210.197.104.bc.googleusercontent.com Fuente de Internet	<1 %
22	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
23	www.mindmeister.com Fuente de Internet	<1 %
24	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	<1 %
25	www.dspace.espol.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
26	www.tdx.cat Fuente de Internet	<1 %
27	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
28	repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
29	cienciadigital.org Fuente de Internet	<1 %
30	repositorio.unesum.edu.ec Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas Activo

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía Activo