



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD PROGRAMA
ACADÉMICO DE CONTABILIDAD**

**Reactivación económica post pandemia y su incidencia en la rentabilidad
de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L., Nuevo Chimbote 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Contabilidad

AUTORES:

Canelo Bermeo, Renzo André (orcid.org/0000-0002-9084-5829)

Villanueva Mori, Esther Mayte (orcid.org/000-003-0598-1269)

ASESOR:

Dr. Gutiérrez Ulloa, Cristian Raymound (orcid.org/0000-0001-9791-9627)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHIMBOTE – PERÚ

2022

Dedicatoria.

Dedicamos el trabajo a nuestros padres por su eterno amor y paciencia, a nuestros hermanos y familiares por sus consejos y aliento, a nuestro docente por estar presente en cada uno de estos pasos para elaborar esta investigación.

Agradecimiento.

Queremos ofrecer nuestro más profundo agradecimiento principalmente a Dios, por permitirnos estar vivos y darnos la fuerza y sabiduría para continuar a pesar de las diversas dificultades que nos da la vida, a nuestros padres, por darnos todo lo necesario para que podamos concluir nuestras carreras y nuestro trabajo de investigación, finalmente, pero no menos importante, expresar el más sincero agradecimiento a nuestro asesor el Dr. Cristian Raymound Gutiérrez Ulloa que nos apoyó en la elaboración de nuestra tesis.

Índice de contenidos.

Caratula	
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN:.....	1
II. MARCO TEÓRICO:.....	4
III. METODOLOGÍA.....	9
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	9
3.2 Variables y operacionalización.....	10
3.3 Población, muestra y muestreo.....	11
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad...	12
3.5 Procedimientos.....	14
3.6 Método de análisis de datos.....	15
3.7 Aspectos éticos.....	15
IV. RESULTADOS.....	16
V. DISCUSIÓN.....	21
VI. CONCLUSIONES.....	24
VII. RECOMENDACIONES.....	25
V. PROPUESTA.....	26
REFERENCIAS:.....	29
ANEXOS	

Índice de tablas.

Tabla 3.1 Distribución de la población	11
Tabla 3.2 Distribución de la muestra	12
Tabla 3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	13
Tabla 4.1 Entrevista al área de contabilidad de la empresa AAA Minimarket	16
Tabla 4.2 Análisis de Rentabilidad económica	18
Tabla 4.3 Análisis de Rentabilidad financiera	18
Tabla 4.4 Análisis de Rentabilidad sobre Ventas	18
Tabla 4.5 Análisis sin y con reactivación económica post pandemia	19
Tabla 4.6 Análisis del estado real y estado ideal de los resultados económicos y financieros	19

Índice de gráficos.

Gráfico 3.1. Diseño de la investigación

9

Resumen.

El objetivo del presente estudio es determinar la relación entre reactivación económica post pandemia y la rentabilidad en un Minimarket de la ciudad de Nuevo Chimbote, considerando la gran importancia que tiene para los negocios en general y especial a los Minimarket; lo que será de gran utilidad para que la empresa conozca o tenga información que le ayude a diseñar diversas estrategias.

La investigación utilizó la metodología cuantitativa de tipo básico con un diseño de investigación descriptivo-propositivo. Además fue de corte transversal no experimental realizado con una muestra no probabilística intencionada de selección directa considerando al gerente general y al área contable. Como instrumento de recolección de datos se empleó la entrevista, además de análisis documental y diversos reportes económicos financieros de los periodos 2020 y 2021

Se concluyó que la reactivación post pandemia si incidió en la rentabilidad de la empre A.A.A. Minimarket E.I.R.L. ya que su puntaje de atención fue "Regular". Además se determinó que solo está cumpliendo con 43% de su atención, con lo cual está obteniendo una rentabilidad positiva pero que podría mejorar.

Palabras Clave: Reactivación Económica, Rentabilidad, Ventas

Abstract.

The objective of this study is to determine the relationship between economic reactivation post pandemic and profitability in a Minimarket in the city of Nuevo Chimbote, considering the great importance it has for businesses in general and especially for Minimarket, which will be very useful for the company to know or have information that will help them to design various strategies.

The research used the basic quantitative methodology with a descriptive-prepositive research design. In addition, it was non-experimental cross-sectional and was conducted with an intentional non-probabilistic sample of direct selection considering the general manager and the accounting area. The interview was used as a data collection tool, as well as documentary analysis and various economic and financial reports for the periods 2020 and 2021

It was concluded that the post-pandemic reactivation did have an impact on the profitability of the company A.A.A. Minimarket E.I.R.L. since its attention score was "Regular". In addition, it was determined that it is only complying with 43% of its attention, which is obtaining a positive profitability but could be improved.

Keywords: Economic recovery, Post Pandemic, Profitability, Sales, Minimarket.

I. INTRODUCCIÓN:

A medida que las sociedades de todo el planeta luchaban por contener la propagación del coronavirus y gestionar los costos humanos y de salud, los gobiernos implementaron una vasta gama de políticas para mitigar los impactos sociales y económicos, dichas políticas fiscales, monetarias y financieras permitieron limitar en parte la crisis en los hogares y las empresas. (Banco Mundial, 2021). De esta forma, a medida que algunos sectores económicos quedaron paralizados o bastantes restringidos, hubo algunos sectores que encontraron oportunidades de crecimiento en situaciones adversas.

Sin embargo, desde un panorama general 2020 y 2021 fueron años para el olvido, hubo crecimiento en algunos sectores debido principalmente a la reinversión y a la demanda de productos que en medio de la pandemia fueron de primera necesidad. Consum es una empresa de supermercados español que registró en el 2020 un incremento de 13.3% más en sus facturaciones respecto al año anterior. Al igual que el Grupo IFA que agrupa a 34 cadenas de supermercados, consiguió un crecimiento del 11% en su facturación para el 2020. (El Independiente, 2021).

En nuestro país la cuarentena ocasionó una baja de 11% en el PBI debido al cierre de actividades económicas, uno de los factores que favoreció a las empresas para evitar la bancarrota y por ende el cierre de sus actividades, fue el cambio en el giro del negocio como es el caso de la discoteca Downtown o la cafetería San Antonio, que se transformaron en “Minimarket” en plena cuarentena (Gestión, 2020). Y es que según el instituto de estadística, las ventas en supermercados en Perú aumentaron un 1.6% durante el 2020. Esto nos indica que el sector logro mantener y hasta mejorado su rendimiento pese a la pandemia.

Así mismo las ventas minoristas ascendieron a S/. 47 mil 398 millones en el año 2021, lo que significó un incremento de 18.4% respecto del 2020. (Ministerio de la producción, 2022). En el caso de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L. ubicado en la ciudad de Chimbote, el estado de emergencias, aun con todas sus restricciones impuestas por el gobierno, fue una oportunidad, para

incrementar tanto sus ventas y su cartera de clientes que priorizaban la adquisición de productos de primera necesidad, siendo así que su rentabilidad para los años 2020 y 2021 fueran favorables.

Sin embargo, a medida que las restricciones se levantaban sus ventas ha tenido un efecto negativo ya que han ido disminuyendo, contrario a lo esperado por la reactivación económica afectando la rentabilidad de la empresa. (Pérez, 2019) indica que las empresas son creadoras de riqueza y tiene como objetivo la supervivencia, rentabilidad y crecimiento del mismo y que para cumplir con estos objetivos, producen y ofrecen productos y servicios esperando obtener excedentes luego de haber cumplido con todas las responsabilidades de dicha empresa.

(Ortiz, 2019) plantea que los indicadores de rentabilidad permiten ver el funcionamiento conveniente de las ganancias, costos y gastos, con la consecuente capacidad para generar ganancias. Además, que sirve para examinar como es que se retorna lo invertido.

Es así como, se manifestó el problema general de la investigación ¿Cómo incidió la reactivación económica en la rentabilidad de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L. del distrito de Nuevo Chimbote durante el periodo 2021? De la misma manera, los problemas específicos fueron: I) ¿Cuáles son los beneficios o perjuicios que trajo consigo la reactivación económica? II) ¿Cuáles fueron los resultados económicos-financieros de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L. en el periodo 2021?, y finalmente III) ¿Qué estrategias o políticas podría implementar la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L. para mejorar sus indicadores de rentabilidad?

Entre los argumentos que acreditan el desarrollo del estudio, son las circunstancias actuales que vive la economía, es así que fue necesario evaluar y determinar los ingresos de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L., y medir las herramientas utilizadas para generar la rentabilidad de dicha empresa.

Los valores teóricos empleados están estrechamente relacionados con la empresa y su rentabilidad.

El valor práctico del estudio fue la de proponer lecturas de los indicadores y por ende estrategias que puedan ayudar a la empresa a aumentar la rentabilidad.

Por último la contribución metodológica del estudio estuvo apoyada por encuestas y validada a su vez por especialistas en la materia dando así un grado de confianza.

Es así como, surgió el objetivo general: Determinar la incidencia de la reactivación económica en la rentabilidad de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L., Chimbote 2021. De la misma manera los objetivos específicos son: I) analizar los beneficios o perjuicios que trajo consigo la reactivación económica en la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L. para el periodo 2021, II) analizar los resultados económicos y financieros de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L. en el periodo 2021, III) Proponer estrategias o políticas para el aumento de la rentabilidad en la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L.

En este sentido, la hipótesis general de la investigación fue: H_1 – la reactivación económica incidió en la rentabilidad de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L. para el periodo 2021. Por lo que la hipótesis nula sería: H_0 - la reactivación económica no incidió en la rentabilidad de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L. para el periodo 2021.

II. MARCO TEÓRICO:

Estudios anteriores a la presente investigación que se vinculan son los siguientes: A nivel internacional (Masaquiza & Viera, 2021) analizaron la variable reactivación económica, considerando una muestra de 114 emprendedores del centro comercial asociación Huayna Cápac, el estudio se llevó a cabo mediante una encuesta por internet. La investigación arribó la siguiente conclusión:

Desarrollar estrategias de marketing y financieras que aporten conocimientos a los trabajadores para identificar oportunamente problemas dentro de la empresa como una disminución en clientes y ventas y caer en periodos económicos críticos. La propuesta será de gran ayuda para una reactivación y solucionar problemas como lo antes mencionado.

Asimismo (Moreno, Ospitia, Brown & Martínez, 2021), analizaron la variable reactivación económica, consideraron 20 empresas, del sector comercial en san Andrés Isla, que sobrevivieron a la crisis el año 2019 se tomó el cuestionario o encuesta como medio de recolección de datos y con los cual obtuvieron la siguiente conclusión: Que más del 50% de las empresas tuvieron que desarrollar estrategias para poder reactivarse apoyándose en la implementación de tecnologías, la innovación como el caso de aperturas de páginas web, uso de redes sociales, asimismo facilitando una asistencia técnica y una respectiva capacitación a sus trabajadores del nuevo proceso de interactuar con el cliente y la forma de ofrecer los productos.

A nivel nacional se encuentra (Hernández M., 2021), analizo la variable reactivación económica utilizando como método de recolección de datos, la encuesta y se aplicó a una población de 350 MYPES, con los cuales llegaron a la siguiente conclusión: Que el 78% de las MYPES consideran que es muy importante el capital de trabajo y el incremento de ventas, para seguir operando y reactivar su negocio.

Por su parte (Pizarro 2021), examino la variable reactivación económica en cuesto a un total de 129 MYPES en la ciudad de lima y pudo concluir: Que existe un buen índice de encuestados que manifiestan un buen desarrollo de sus actividades económicas y de sus inversiones gracias a fomentar los medios de pago online, con lo cual observan un desarrollo en la reactivación económica.

En el ámbito local (Márquez & Orihuela, 2021), analizaron la variable reactivación económica y utilizaron como instrumento de recolección de datos a la entrevista, la cual aplicaron a 10 colaboradores, llegando así a la siguiente conclusión: Una de las medidas que tuvo más impacto en la empresa fue el crédito Reactiva Perú y el subsidio 35%, incidiendo de manera muy positiva.

Asimismo (Monzón, 2021) evaluó el crédito Reactiva Perú encuestando a 71,553 empresas de distintos rubros con lo cual pudo concluir: El programa Reactiva Perú, permitió dar continuidad a la cadena de pagos de las empresas y redujo el impacto al cual estuvieron expuestas las empresas por la pandemia y evito que estas quebraran, aunque no ayudo al crecimiento de estas.

En el ámbito internacional (Fernández. 2016), analizo la variable rentabilidad y utilizo como instrumento de recolección de datos, la entrevista al área de recurso humano de la empresa Indura Market Ecuador S.A, llegando así a la siguiente conclusión: La empresa posee una rentabilidad, Permitiendo solventar sus gastos y costos que genera la producción para brindar productos de calidad a la necesidad de cliente, esta situación se refleja bien en el índice de valor agregado, el cual detalla que la empresa obtuvo de utilidad de 16.19% en el año 2014 y 18.29% en el año 2015 una vez restado costos y gastos.

En el ámbito nacional Rodríguez (2018) investigo los variables endeudamiento y rentabilidad de la empresa ABC SAC, considerando una muestra de 15 miembros de la empresa, en la ciudad de Trujillo, el estudio fue un análisis documentario. Los datos obtenidos fueron procesados y se arribó a la siguiente conclusión: Un financiamiento en montos elevados logra una rentabilidad baja, significando que un estado de resultado con deudas financieras la utilidad y la rentabilidad financiera es menor a un estado de resultado sin deuda financiera es decir con estado de resultado endeudado el índice de rentabilidad financiera es 26.00% y sin deuda financiera el índice de rentabilidad es 74.52%.

En el ámbito local Quispe & Sánchez (2019) analizaron las variables control de inventarios y rentabilidad de la empresa "proyecto e inversiones Danko E.I.R.L", en la ciudad de nuevo Chimbote. Se utilizó como muestra los estados de situación financiera, los resultados se analizaron y se llegó a la siguiente

conclusión: La falta de rotación en los inventarios repercute de manera negativa debido a que no permite tener mayor fluidez de la mercadería, asimismo al no tener un buen inventario dificulta conocer la ubicación adecuada en donde están diversos artículos, esto está generando que la mayoría de productos se deterioren, se pierdan o vencidos no disponible para la venta.

Para la variable reactivación económica, Se analizaron diversas investigaciones de diversos autores de los cuales tenemos a: Según (Lorenzini, Lorandini, & Coffman, 2018) Es un periodo del ciclo económico que continua a una recesión, caracterizándose por una etapa de mejora sostenible en toda la actividad emprendedora comercial. Durante una reactivación económica, el producto bruto interno aumenta, las fuentes de ingreso crecen por ende la falta de trabajo disminuye, dando así una recuperación de la economía.

Asimismo, (Ziolo & Serg, 2018) sustentaron que, la economía es sujeta a una serie de ajustes de todas la nuevas condiciones que van apareciendo desde la etapa 1 incluidos los problemas que hicieron que se desencadene la recesión, asimismo adaptarse a las nuevas políticas y normas aplicadas por los gobiernos. Los diversos medios productivos que fueron los que en primera etapa de recesión quebraron, durante la recesión empiezan a reinventarse, en nuevos rubros, de medida que los trabajadores no se pudieran ver afectados quedándose sin empleo.

Por su parte (Jiménez & Torre, 2017), argumentaron que es la rehabilitación, fuerza, ímpetu que se tiene después de un periodo de crisis financiera, esto conlleva, a una restructuración económica de rubros que se ven afectados en esta etapa. Se requiere iniciativa para poder restablecerse para así no quedarse quebrado económicamente y crecer productivamente. Por otro lado (Pizarro 2021), sustento que es el crecimiento de la estimación de la renta nacional, los sueldos, la inversión, y el bienestar social económico del comercio después de una crisis, al encontrarse sumergidos tendrán que buscar una serie de alternativas, asumiendo nuevos retos, respetando las medias establecidas para reanudar y proseguir la actividad empresarial, asimismo el logro de una buena iniciativa para que se restablezca la economía del país.

La reactivación económica fue aplicada por el gobierno, mediante decreto de urgencia N° 015-2021 este de cierta manera impulso la economía mediante una serie de normas y procedimientos de tal modo que genera un aumento progresivo, restableciéndose así del daño generado para un nuevo desarrollo.

Es así que se tomaron en cuenta las siguientes dimensiones: (Torrecilla, 2020) Indica que el fortalecimiento de herramientas tecnológicas aumento en tiempo de pandemia, cambiando de manera significativa la manera en la que nos relacionamos y comunicamos con la comunidad, brindando herramientas en donde se facilite la comunicación con otras personas, como por ejemplo, muchas personas desconocían o no se familiarizaron con mensajes en diversos redes sociales, durante la cuarentena esto dejó de ser desconocido, permitiendo que las personas puedan tener beneficios tanto para sus ingresos y relaciones personales.

(Westreicher, 2020) afirma que el incremento de ventas es la alteración positiva en un periodo determinado que anota el valor numérico en una variable Un aumento es la situación en la que en el campo económico, eleva el valor, calculando con exactitud cuando la variable en cuestión es cuantitativa, es decir si posee un valor numérico.

(Arias, 2020) detalla que fomentar el pago online es un instrumento que al realizar operaciones de compra o contratos de servicios, mediante los diversos aplicativos que las entidades financieras crearon, permitiendo que el pago con efectivo se quede atrás. La pandemia permitió que los aplicativos se deán mayor uso, trayendo consigo diversas formas de pagar sin necesidad de salir de casa.

Por otro lado, la variable rentabilidad, fue analizada con los siguientes autores: (Amat, 2017) indica que la rentabilidad es la capacidad de una determinada inversión de proyectar mayores beneficios a las inversiones posteriores a la espera de un tiempo fijado, asimismo es un componente fundamental en la organización económica, porque se entiende que se ha dado buenos beneficios en los resultados.

(Mires, 2018) afirma que la rentabilidad es importante porque es un índice de crecimiento en el lado financiero y económico, el cual ayuda a la hora de tomar decisiones a los inversionistas, previo a esto se realiza un análisis de

tendencia durante un ciclo considerable, permitiendo así aumentar ganancias y minimizar los riesgos de pérdidas. Asimismo, mide la gestión administrativa de una empresa, ya que la toma de decisiones oportunas genera grandes beneficios económicos, el cual permitirá que la empresa logre una buena posición en el mercado de inversión. A partir de ello se consideraron las siguientes dimensiones.

(Arroyo & Del Rio, 2019) afirma que la rentabilidad económica está referida a un periodo, de la productividad de los activos de una empresa con la libertad de la financiación de estos. Además se utiliza para medir la eficiencia de la gestión de la empresa, estableciendo si la empresa es rentable en términos económicos sin tomar en cuenta el aspecto de la financiación de los activos. La rentabilidad financiera se refiere al beneficio obtenido por los fondos propios y por un periodo determinado. Se considera una medida de rentabilidad más allegada a los propietarios o accionistas, es también indicador en donde los directivos buscan llevar al máximo el interés de los propietarios.

Asimismo una baja rentabilidad financiera perjudica en el acceso de nuevos fondos, primero porque esa baja indica que los fondos producidos por la empresa y segundo porque puede trabar la financiación externa. (Arroyo & Del Rio, 2019). La rentabilidad sobre ventas considera los gastos operacionales, tributarios, financieros y laborales de la entidad, asimismo indica cuánto dinero gana la empresa por cada sol vendido de mercadería, determinando así la ganancia disponible para hacer frente a gastos administrativos y ventas.

(Aliaga, 2017). La rentabilidad es la competencia de una compañía para producir utilidades o ganancias, así de esta manera se puede tener conocimiento del cual es el porcentaje de ganancias que se está obteniendo por medio de las ventas. También se puede evaluar haciendo una comparación del resultado final y el valor de los medios que se emplearon para generar la ganancia.

III. METODOLOGÍA

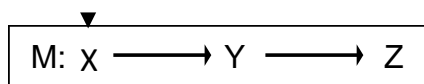
El estudio utilizó la metodología cuantitativa, porque hace énfasis en teorías aceptadas por la comunidad científica basada en hipótesis sobre la conexión de la variable que hace parte del problema de estudio, mediante indagación empírica medible (Monje, 2017)

3.1 Tipo y diseño de investigación.

El presente trabajo por el tipo de estudio es básico, porque busca analizar la teoría de las variables propuestas en el estudio. La investigación básica, es conocida por su aporte y mejora del conocimiento científico teórico que se orienta al descubrimiento de principios sin incidir en resultados de manera inmediata. (Tamayo 2013)

Para el diseño de investigación fue descriptivo-propositivo en donde permite conocer la realidad de una situación dada de un determinado periodo para luego describir los hechos y fenómenos que se ha observado (Estela, 2020). Además, fue de corte transversal no experimental, porque hace énfasis en la observación de hechos verídicos, manteniendo una postura natural para posteriormente poder analizarlo. (Monje, 2017)

Es así que, la metodología utilizo el siguiente guion o esquema:



Dónde:

M: Empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L

X: Variable reactivación económica

Y: Variable rentabilidad

Z: Propuesta de mejora

3.2 Variables y operacionalización.

3.2.1 Variable independiente: Reactivación económica

Proceso que pretende estimular, aumentar y reanimar las actividades económicas a partir de un conjunto de medidas financieras, económicas y así crecer el valor de la inversión sobre los niveles ya existentes (Navarrete, 2016).

Dimensiones:

- Fortalecimiento de herramientas tecnológicas
- Incremento de ventas
- Pagos online

Indicadores:

- Actualización de herramientas tecnológicas
- capacitaciones de la empresa para su personal
- Satisfacción del cliente
- Precios accesibles

3.2.2 Variable dependiente: Rentabilidad

Millones (2020) indica que rentabilidad hace referencia a los beneficios obtenidos luego de haber invertido en un negocio. Además sugiere que estos beneficios tienen que ser mayores que los gastos.

Dimensiones:

- Rentabilidad económica
- Rentabilidad financiera
- Rentabilidad sobre ventas

Indicadores:

- ROE
- ROA

3.3 Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

3.3.1 Población.

Es la cadena de elementos que muestran una condición o característica común que es objeto de estudio en donde se desarrolla el trabajo de investigación. (Asiamah, Mensah, & Oteng-Abayei, 2017) En el presente estudio, se tomó en consideración como población a todos los trabajadores del Minimarket AAA

Tabla 3.1.

Distribución de la población.

AREA	Sexo		%	N°	%
	Masculino	Femenino			
Gerente general	1	0	0%	1	14%
Contabilidad	1	0	0%	1	14%
Reponedor	3	0	0%	3	43%
Cajera	1	1	14%	2	29%
Total	6	1	14%	7	100%

Nota. *Nómina de trabajadores del Minimarket AAA, periodo 2022*

Criterios de selección.

Criterios de inclusión.

Se consideró solo a los trabajadores del área de contabilidad y gerencia, que asistan con frecuencia y hayan aceptado el consentimiento informado.

Criterios de exclusión.

Colaboradores de otras áreas que no sean contabilidad y gerencias se han excluido de esta investigación, además todo aquel personal que este de licencia o que estén por terminar sus contratos.

3.3.2 Muestra y muestreo

La muestra es una herramienta fundamental que facilita conocer el comportamiento de una población infinita a partir de un subconjunto obteniendo mayor exactitud en los resultados en donde se efectúa la observación y medición de las variables consideradas. (Carrillo, 2015).

La muestra fue no probabilística intencionada de selección directa y fue por conveniencia considerando al gerente general y al área de contabilidad como parte de la muestra

Tabla 3.2
Distribución de la muestra

Área de trabajo	Colaboradores				Total	%
	Hombres	%	Mujeres	%		
Contabilidad	1	50%	0	50%	1	50%
Gerencia	1	50%	0	0%	1	50%
Total	2	50%	0	50%	2	100%

Nota. *Tabla 3.1*

3.3.3 Unidad de análisis.

Se consideraron las áreas de contabilidad y gerencia de la Empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L.

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

3.4.1 Técnica.

Serie de métodos y herramientas para validar, y analizar la información suficiente que facilite el logro del objetivo (Carrillo, 2015). Se empleó la entrevista, la cual se utilizó para poder conseguir información de las personas sobre el tema de investigación

Tabla 3.3
Técnicas e instrumentos

Técnica	Instrumento	Utilidad
Entrevista	Guía de entrevista para evaluar la reactivación económica	Medir el nivel de reactivación económica de modo general y específico.
Análisis documental	Reporte de los resultados económicos-financieros 2020-2021	Analizar la situación económica-financiera 2020-2021 de la empresa Minimarket AAA

Nota. *Marco teórico.*

3.4.2 Instrumentos de recolección de datos.

A. Guía de entrevista para evaluar el control interno.

En la investigación, se usará la guía de entrevista. En relación con la guía de entrevista, los autores (Hernández Sampieri, Fernández, & Baptista Lucio, 2016) señalan que la entrevista es una plática directa entre los individuos que hacen la indagación y los que proporcionan los datos, para lo cual se utilizan una serie de preguntas dónde sólo los autores de la investigación saben cómo y cuándo plantearlas para obtener los resultados esperados en un estudio específico.

Muy deficiente (18-33), deficiente (34-48), regular (49-63), bueno (64-77) y Muy bueno (78-90). La herramienta oscila entre mínimo 18 puntos a máximo 90 puntos, y un total 18 ítems. (Ver anexo 2)

Validez y Confiabilidad.

Validez.

La pauta de la entrevista será sujeta a reflexión de 3 versados con el propósito de validar cada uno de los ítems. A demás se empleó el coeficiente de V de Alkind (Zavaleta, 2016) para calcular la relevancia con relación a la construcción de cada uno de los ítems. Éste consiente buscar tasar el grado

de coherencia interna que tiene cada ítem, de modo general y específico; además, se sugiere la aportación de entre 3 a 10 expertos.

La puntuación que se obtuvo fue de 1.00 para la guía de entrevista, lo que estima que el instrumento goza de validez y concordancia fuerte.

Confiabilidad.

Se estableció por medio de un ensayo estadístico con el objetivo de buscar exactitud y solidez en los instrumentos de almacenamiento de información. La guía de entrevista por ser una herramienta polinómica y de escala ordinal se utilizó el coeficiente Alpha de Cronbach para evaluar cada uno de los apartados propuestos con un equivalente mayor o igual a α : 0.71.

Luego se aplicó una prueba piloto a una muestra no probabilística, con propiedades muy similares al objeto de la presente investigación, y se consiguió una puntuación de 0.824 por lo que llegamos a la conclusión que la guía de entrevista posee una confiabilidad aceptable

B. Reporte de resultados económicos y financieros.

Se tomará el reporte de los resultados económicos y financieros del periodo 2020 y 2021 de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L.

3.5 Procedimientos.

- Solicitar a la empresa permiso para realizar su investigación, mediante una carta de autorización (Anexo 1).
- Fijar el tiempo y los días para reunir los datos.
- Llevar consigo el documento de consentimiento anunciado para los integrantes.
- Explicar el origen y la importancia de la investigación.
- Emplear la herramienta, comprobar la información, depurar información y organizar información.
- Elaborar la matriz de los datos, ejecutar el análisis estadístico y la tabulación de datos.

3.6 Método de análisis de datos.

En la averiguación se llevará a cabo el siguiente estudio descriptivo: Se validará y dará confiabilidad al instrumento de recolección de datos. Se aplicará el

instrumento a la muestra elegida. Se construirán tablas con su respectiva interpretación.

3.7 Aspectos éticos.

En la preparación del trabajo de investigación se contempló los siguientes principios:

Se usó las Reglas APA Séptima Versión tomando en cuenta en su redacción la utilización de citas directas e indirectas. Originalidad: Se previene el incremento de índice de similitud empleando el aplicativo Turnitin. Consentimiento informado: Se comunicó a los participantes la importancia del análisis desde una carta de consentimiento reportado. No maleficencia: No se ejecutará ningún método que logre influir la salud física y de la mente de los colaboradores nombrados y contratados. Imparcialidad: En la selección de la prueba no existe cualquier tipo de marginación, debido a que cada uno de los maestros fue tratado con igual respeto e importancia. Beneficencia: Se cumplió a lo largo del proceso de recolección de datos, definiendo la relevancia del análisis y la necesidad de entendimiento de los sujetos de la averiguación.

IV. RESULTADOS

Estado de reactivación económica de A.A.A. Minimarket E.I.R.L Nuevo Chimbote 2021

Tabla 4.1 Entrevista realizada al área contable de A.A.A. Minimarket E.I.R.L. “José Luis Canelo Uceda”.

N°	Ítem	Punto de atención	Respuesta	Evidencia	Efecto en la institución
Fortalecimiento De Herramientas Tecnológicas					
Actualización de herramientas tecnológicas					
1	Tiene ud. conocimiento sobre cada tecnología que se está implementando	Regular	No de todas, pero sí de las más resaltantes para el negocio.	Manual de organización y funciones	El no actualizar las herramientas tecnológicas puede impactar de manera negativa en el rendimiento del personal ya que algunas tecnologías permiten automatizar algunos procesos.
2	Considera que la actualización en tecnología es importante para la empresa	Regular	Claro en la medida que es posible invertir en nuevas tecnologías la empresa actualiza sus herramientas.	Manual de organización y funciones	
Capacitaciones De La Empresa Para Su Personal					
3	El personal cuenta con las capacitaciones necesarias para el manejo de las herramientas tecnológicas de su establecimiento	Regular	No todo el personal está capacitado en el manejo de herramientas tecnológicas.	Análisis documental	La capacitación es primordial para el logro de tareas y proyectos dado que los trabajadores adquieren nuevas habilidades y conocimientos para cumplir con el trabajo que se les encomienda.
Incremento De Ventas					
Clientes Nuevos					
4	Considera que es relevante ofrecer productos vía internet para llegar a más clientes	Regular	Claro es un mercado en crecimiento actualmente muchas empresas están implementando este tipo de servicio aunque por el momento no lo hemos implementado.	Reporte de ventas	Los clientes son una fuente muy valiosa de información que permite que tu empresa pueda mejorar y crecer. Cuando estos están de tu lado, tu empresa puede contar con todos los datos necesarios para mejorar y convertirse en la mejor del mercado.
5	Se brinda al cliente buena atención para que regrese pronto	Regular	Nuestra atención al cliente se esfuerza mucho para que nuestros clientes tengan una bonita experiencia dentro de nuestros establecimientos y vuelvan pronto.	Análisis documental	
Precios Accesibles					
6	La empresa mejora sus precios con relación a la competencia	Bueno	Si el Minimarket es muy competitivo en cuanto a sus precios por mayor y menor.	Documentación contable	El precio es un elemento clave en la economía de todos

7	la empresa cuenta con ofertas llamativas	Regular	No cuenta con ofertas pero si hace varios descuentos o baja los precios esto para dar mayor movimiento al inventario.	Reporte de ventas, análisis documentario	porque es una referencia y un límite monetario que impacta a nuestro presupuesto. Además, es el instrumento de comunicación más tangible que tiene una empresa con sus consumidores.
Satisfacción Del Cliente					
8	Considera que establecer mecanismos que permita conocer el grado de satisfacción del cliente será importante para el aumento de ventas	Regular	Si porque entendiendo lo que requiere el cliente, sabremos qué fortalecer o las mejoras que se requerirán	Análisis documentario	Un cliente satisfecho tiene fidelidad en sus compras e indica la marca a quienes le rodean. Por lo tanto, monitorear el indicador de satisfacción es importante para fidelizar a los clientes.
9	Se realizan encuestas para saber el grado de satisfacción del cliente	Muy deficiente	No se ha realizado ninguna encuesta hasta la fecha.		
Pagos Online					
Servicio Online					
10	La empresa cuenta con un sistema delivery	Deficiente	No se cuenta con este tipo de servicio	Análisis documentario	Al no contar con servicios de delivery y compras por internet está restando competitividad a la empresa ya que es una tendencia de las empresas más competitivas.
11	La empresa cuenta con sistema de compra o pedido vía web	Deficiente	No contamos con ningún sistema de compra por la web.	Análisis documentario	
Capacitaciones para pago con post					
15	Tiene Ud. conocimiento sobre utilizar la máquina del POS	Muy bueno	Si hemos empleado este sistema en la empresa.	Contrato de afiliación de POST	Los sistemas de POS están diseñados para facilitar la gestión de un negocio. El sistema puede utilizarse para gestionar las ventas, hacer un seguimiento del inventario y del flujo de caja, crear órdenes de compra y mucho más.
16	Considera que las capacitaciones de utilización del POS son importantes para la empresa	Bueno	Claro los encargados de caja son capacitados en el correcto uso del POST.	Manual de operaciones de equipo POST	

Nota. Se realizó la entrevista al Sr. "José Luis Canelo Uceda" para el periodo 2021. Las respuestas dadas (17 respuestas) indican que la reactivación económica se encuentra en un punto de atención "Regular". Esto indica que la empresa solo está cumpliendo con un 43% de su atención (implementa algunas medidas para reactivar su economía pero no se adapta a las tendencias de compra de los consumidores) lo cual debería mejorar en el corto plazo.

Comentario: si bien el contador "José Luis Canelo Uceda" ha insistido en implementar algunas de estas medidas que están en tendencia pero la gerencia se rehúsa a implementarlas, ya que considera que su establecimiento es capaz de vender por sí solo sin necesidad de implementar servicios nuevos.

Situación actual de los resultados de Rentabilidad de A.A.A. Minimarket E.I.R.L. Nuevo Chimbote 2021

Tabla 4.2. Análisis de Rentabilidad económica

Ítem	Ratios	2021	Comentario
Rentabilidad financiera	ROE	42.98%	Por cada S/. 100.00 invertido en activos, genera un rendimiento de 42.98 sobre el patrimonio. Cuanto mayor sea el ROE, mayor será la rentabilidad que la empresa puede generar en relación con los recursos propios que emplea para financiarse.

Nota. Se aprecia una breve interpretación y análisis de la rentabilidad económica

Tabla 4.3. Análisis de Rentabilidad financiera

Ítem	Ratios	2021	Comentario
Rentabilidad económica	ROA	5.81%	Por cada S/. 100.00 invertido en activos, se genera un rendimiento de 5.81 sobre la inversión. Para poder valorar una empresa como "rentable", el ROA debe superar el 5%. El resultado nos indica la cantidad que está ganando la empresa por cada 100 soles invertidos, antes de descontar intereses e impuestos.

Nota. Observamos la interpretación y un breve análisis de la rentabilidad financiera

Tabla 4.4. Análisis de Rentabilidad sobre Ventas

Ítem	Ratios	2021	Comentario
VENTAS			Por cada S/. 100.00 de ventas se obtiene una utilidad de 4.84
	SOBRE VENTAS	4.84%	El resultado es un indicador que permite evaluar la eficiencia operativa de la empresa, es decir, la capacidad que tiene la empresa para convertir las ventas en beneficios.

Nota. Observamos la interpretación y análisis de la rentabilidad sobre las ventas

Análisis de la reactivación económica post pandemia y su incidencia en la rentabilidad de A.A.A. Minimarket E.I.R.L. en el año 2021

Tabla 4.5

Análisis sin y con reactivación económica post pandemia

Sin Reactivación económica	Con Reactivación económica
No actualiza sus herramientas tecnológicas.	Mantiene actualizado sus herramientas tecnológicas
No tiene el personal capacitado en la utilización de herramientas tecnológicas.	Personal capacitado en la utilización de herramientas tecnológicas
No cuenta con sistema de pedidos QR.	Cuenta con sistema de pedidos QR
No ofrece sus productos por Internet.	Publicita sus productos por internet
No cuenta con ofertas.	Realiza con frecuencia ofertas llamativas
No hace encuestas para saber el grado de satisfacción del cliente.	Encuesta al menos 1 vez al año para saber el grado de satisfacción del cliente.
No cuenta con servicios de internet ni pagos online.	Ofrece sus servicios por internet tanto de compra como la facilidad de pago por esta misma vía.

Nota. Se especifica la situación de A.A.A. Minimarket E.I.R.L. para el año 2021 no aplicando y aplicando medidas para reactivar su economía post pandemia.

Tabla 4.6

Análisis del estado real y estado ideal de los resultados económicos y financieros

Ratios	Formula	Estado actual	Estado ideal
ROA	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$	5.81%	Para el sector al que pertenece la empresa es de 5.7% es aceptable
ROE	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$	42.98%	Cuanto mayor sea el ROE es mejor para la compañía tiene que ser mayor a lo exigido por el accionista.
Rentabilidad de las ventas	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas netas}}$	4.84%	Cuanto mayor sea el porcentaje quiere decir que es más eficiente

Nota. Se hace una comparación entre el estado real e ideal de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L. del año 2021.

Comentario. Luego de realizar un análisis de las ratios de rentabilidad se puede ver que si bien los ratios están dentro de los márgenes aceptados, al comparar el ROA y EL ROE se observa que este último es mayor por amplitud lo que indica que la empresa se ha financiado con deuda, además si observamos la rentabilidad de las ventas es muy poco por lo que no se está siendo eficiente y posiblemente tenga problemas financieros presentes o inminentes

Comprobación de la hipótesis.

El estudio formuló la siguiente hipótesis: la reactivación económica incidió en la rentabilidad de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L. en el periodo 2021 de acuerdo con la investigación realizada, se pudo determinar que la reactivación post pandemia si incidió en la rentabilidad de la empresa lo que se evidencia en la tabla 4.4, donde se detalla el ratio de ventas indicándonos la eficiencia con la cual convierte los recursos en beneficios. Siendo así que la reactivación económica post pandemia incide, ya que el fin de este es aumentar los beneficios o soportar un estancamiento de la economía

V. DISCUSIÓN.

Mediante los resultados obtenidos, la reactivación económica post pandemia es muy importante, puesto que el crecimiento o el estancamiento económico de la empresa dependen de esta. Por lo tanto a través de la reactivación se evitará así grandes pérdidas para que la empresa no pueda caer en una rentabilidad en déficit.

En los resultados obtenidos en la tabla 4.1. acerca de la reactivación económica, se pudo apreciar que la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L., no cuenta con una importancia relativa con respecto a la reactivación económica post pandemia, ya que en la empresa no se posee conocimientos y estrategias para reactivar su economía, ni se actualiza en la herramientas tecnológicas, provocando así minimizar algunos procesos de mejora para el buen funcionamiento de la empresa.

Estos hallazgos se relacionan en cuanto a los resultados obtenidos por (Masaquiza & Viera, 2021), ambos autores mencionaron en su investigación que es importante desarrollar estrategias para la reactivación de la empresa que aporten conocimientos a los trabajadores para identificar a tiempo problemas como la disminución de clientes y ventas y caer en periodos económicos críticos.

También los resultados obtenidos se asemejan con lo mencionado por (Moreno, Ospitia, Brown & Martínez, 2021), estos autores expresaron que más del 50% de las empresas tuvieron que adoptar nuevas estrategias para poder reactivarse apoyándose en la implementación de tecnologías, la innovación como el caso de aperturas de páginas web, uso de redes sociales, asimismo facilitando una asistencia técnica y una respectiva capacitación a sus trabajadores del nuevo proceso de interactuar con el cliente y la forma de ofrecer los productos.

Dichos hallazgos se asemejan con lo encontrado (Pizarro 2021), en el cual nos indican que la Reactivación Económica si incidió post pandemia

oportunamente en el resultado de un total de 129 MYPES encuestados., la cual también le permitió tener solvencia económica, con la que siguieron operando sus actividades, dado esto generaron más utilidad, obteniendo así una sostenibilidad económica después de haber plasmado diversas estrategias para un mayor crecimiento, siendo un punto clave para que las MYPES continúen con su actividad comercial.

Ante lo mencionado, se evidencia que optar por implementar estrategias de mejora adaptables ante los problemas presentados, permitió que la reactivación económica de las empresas que tenían problemas económica pueda continuar con sus actividades comerciales; además permitió llegar a otra segmentación de clientes, gracias a la ayuda de las herramientas tecnológicas logrando así buenas ventas para poder continuar con el crecimiento de la empresa

Con respecto a la rentabilidad de la empresa, se puede verificar en la tabla 4.2, la situación actual de los resultados económicos, que maneja la empresa presenta una rentabilidad económica de un 5.81%, asimismo en la tabla 4.3, arroja un total de 42.98% de rentabilidad financiera, es decir por cada S/. 100.00 invertido en activos, genera un rendimiento de 42.98 sobre el patrimonio; por último en la tabla 4.4, rentabilidad sobre ventas el cual la utilidad neta corresponde a un 12.14% de las ventas netas. Esto quiere decir que por cada S/. 100.00 de ventas se obtiene una utilidad de 4.84.

Dichos resultados concuerdan con lo expresado por Fernández (2016), la empresa después de haber realizado los indicadores de rentabilidad, concluyeron que la empresa posee una buena rentabilidad, permitiendo solventar sus gastos y costos que genera la producción para brindar productos de calidad a la necesidad de cliente, esta situación se refleja bien en el índice de valor agregado, el cual detalla que la empresa obtuvo de utilidad de 16.19% en el año 2014 y 18.29% en el año 2015 una vez restado costos y gastos, esto se produjo debido a las estrategias financieras que empleo la empresa, por otro lado, al tener utilidades la empresa puede reinvertir su dinero y generar nuevos proyectos.

Según Rodríguez (2018), la rentabilidad de la empresa ABC SAC, tuvo un financiamiento en montos elevados logrando una rentabilidad baja, significando que un estado de resultado con deudas financieras la utilidad y la rentabilidad financiera es menor a un estado de resultado sin deuda financiera es decir con estado de resultado endeudado el índice de rentabilidad financiera es menor (26.00%) y sin deuda financiera el índice de rentabilidad es mayor (74.52%).

Lo anterior nos lleva a afirmar que con un buen manejo económico-financiero se puede evitar caer en una rentabilidad baja la cual también evitará tener estados financieros con un porcentaje menor reflejándose así una inestabilidad económica de la empresa. Teniendo una buena rentabilidad se obtendrá una sostenibilidad económica dentro de la empresa, la cual le permitirá continuar con sus actividades.

Como principal objetivo, determinar la incidencia de la reactivación económica en la rentabilidad de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L., Chimbote 2021, respecto a los resultados observado desde la tabla 4.1 hasta la tabla 4.6, si bien es cierto con la información recopilada, podemos determinar que la Reactivación Económica, si incidió de manera positiva en la rentabilidad económica de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L esto ayudo a la empresa a crecer económicamente, además que esta pudo aprovechar la oportunidad para seguir creciendo en el mercado, es por ello que cuenta con una buena rentabilidad, económica-financiera debido a estrategias que implementaron

VI. CONCLUSIONES:

1. Se determinó que la reactivación económica post pandemia si incidió en la rentabilidad de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L., Chimbote durante el periodo 2021 (tabla 4.6) en la cual obtuvo una rentabilidad de 5.81% mayor a lo aceptado para el sector al que pertenece que es de 5.7%.
2. Al analizar los beneficios como son el levantamiento de las restricciones sanitarias impuestas por el gobierno o perjuicios como el aumento de competencia y la volatilidad de los precios que trajo consigo la reactivación económica post pandemia en la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L. se evidencio que la empresa implemento algunas medidas como la de reducir sus precios para tener mayor rotación de existencias y de esa manera acaparar un mayor porcentaje de mercado, es así que pudo reactivar su economía post pandemia, aunque no le da mayor importancia a las tendencias de compras de los consumidores como son las compras online.
3. Luego de analizar los resultados económicos y financieros de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L. se pudo concluir que los resultados están dentro de los márgenes aceptados, para el sector económico con 5.81% siendo 5.7% el margen aceptable y para los resultados financieros 42.98% este último cuanto mayor se es, mejor para la empresa.
4. Por medios de estrategias y políticas se busca mejorar las debilidades presentes en las dimensiones: incremento de ventas y pagos online, además de gestionar adecuadamente los costos y gastos, esto con el objetivo de aumentar la rentabilidad de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L., para ello se realizarán diversas actividades de capacitación como implementaciones durante enero a febrero del 2023.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda al Gerente General de la empresa A.A.A. MINIMARKET E.I.R.L. implementar medidas para satisfacer las tendencias de compras, para esto ofrecer la venta de sus productos de manera virtual.
2. Se recomienda al área de ventas capacitar al personal de caja en el uso de toma de pedidos online y en atención al cliente. Además se recomienda desarrollar un programa de ofertas que permita la colocación de 2 o más productos, sin la necesidad de incurrir en muchos descuentos. Por último se recomienda hacer una encuesta de satisfacción del cliente para evaluar el desempeño de los trabajadores frente a los clientes además de hacer visible las necesidades de los clientes.
3. Al área contable se recomienda que elabore un presupuesto maestro con la finalidad de proyectar sus gastos e ingresos y de esta manera planificar sus gastos y aumentar sus ingresos. Además cotizar la implementación de un servicio de ventas online.

• Propuesta

Se propone la implementación de políticas de reducción de costos e implementación de servicio de ventas online que ayude aumentar los ingresos de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L. del distrito de nuevo Chimbote.

Justificación:

De acuerdo con lo observado en las entrevistas a las áreas de ventas y contabilidad se determinó que la empresa no está gestionando correctamente sus costos disminuyendo la productividad, actualmente reducir costos es uno de los pasos necesarios para cualquier empresa que busca la manera de aumentar su rentabilidad. Por otro lado no ofrece servicio de ventas online. En la actualidad, las ventas online están ganando cada vez más fuerza por la visibilidad que pueden tener los productos que se ofrecen, es por ello que las empresas deben implementar este tipo de servicio para aumentar su competitividad, expandirse a nuevos mercados y acceder a más clientes. Es así que se propone la implementación de políticas que ayuden a reducir costos e implementación de un sistema de ventas online, para que este pueda ayudar a cumplir los objetivos de la empresa y mejorar sus índices de rentabilidad.

Objetivo general.

Evaluar la implementación de políticas de reducción de costo e implementación servicios de ventas online en la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L. – Distrito de Nuevo Chimbote.

Objetivos específicos.

1. Implementación de políticas de reducción de costos e implementación servicios de ventas online para la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L.
2. Capacitación al personal del área de ventas en toma de pedido online y al área contable en gestión de costos
3. Evaluar la eficiencia de un plan de costos y de las ventas online

Implementación de reducción de costos e implementación de servicio de ventas online en la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L. – Distrito de Nuevo Chimbote.

Funciones.

Área contable

1. Clasificación de la estructura de costos fijos y variables
2. Valoración de cambio de proveedor
3. Gestión del catálogo de productos
4. Revisión de costos, comparando con periodos anteriores.
5. Elaboración de presupuesto maestro

Área de ventas.

1. Establecer metas de ventas
2. Conversión de ventas y adquisición de clientes (mayorista)
3. Definir los canales de desempeño (redes sociales, páginas web, aplicativos móviles, entre otros).
4. Brindar información precisa y relevante de los productos a los clientes
5. Capacitación del personal encargado de las ventas
6. Desarrollar encuestas de satisfacción del clientes
7. Desarrollar estrategias de acuerdo con el feedback recibido por los clientes
8. Comunicación postventa
9. Estudio de mercado y evaluación de la rotación de los productos.

Colaboradores.

Los responsables que intervendrán son el jefe de ventas y el jefe del área contable.

Implementación de políticas para reducción de costos e implementación de servicio de ventas online.

La implementación de políticas de reducción de costos aporta ventajas competitivas debido a que con menos gastos es puede aplicar precios más atractivos, además de contribuir al aumento de beneficios general. El sistema de venta online permitirá visibilizar los productos con los que cuenta la empresa y abrirse a un mercado más amplio y más allá del distrito donde se ubica, esto servirá para que la empresa sea más competitiva y pueda aumentar su rentabilidad tanto financiera como económica.

Objetivo.

Implementar políticas de reducción de costos e implementación de un sistema de ventas online y capacitar al personal en dichas políticas y en el uso de este nuevo sistema.

Responsables.

La responsabilidad recae sobre el jefe del área de Contabilidad de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L. quien apoya la implementación de políticas para reducir costos además de la implementación de nuevas formas de ventas.

Estrategias:

- Identificar los costos fijos y variables y una posterior evaluación
- Optimización de los flujos de trabajo
- Cotizar la implementación del sistema de ventas

Recursos.

Humanos: Gerente, jefe de área de contabilidad y supervisor

Infraestructura: oficina del área de contabilidad en el local de Minimarket del distrito de Nuevo Chimbote

Equipos: Pc de escritorio, escritorio, internet, útiles de oficina

Cronograma de actividades

Actividades	Responsable	Participantes	Horas
Identificación de costos fijos y variables	JEFE DE AREA DE CONTABILIDAD	ASISTENTE	2
Evaluación de costos fijos y variables	JEFE DE AREA DE CONTABILIDAD	ASISTENTE	2
Identificación de gastos innecesarios	JEFE DE AREA DE CONTABILIDAD	ASISTENTE	2

Revisión de los aplicativos de ventas	JEFE DE AREA DE CONTABILIDAD	CAJEROS	3
Implementación y capacitación de un buen manejo del uso de aplicativos en red	JEFE DE AREA DE CONTABILIDAD	CAJEROS REPONEDORES SUPERVISOR	2
Implementación de buenas ofertas en productos de primera necesidad	GERENTE	SUPERVISOR	2
Coordinación y dialogo en las áreas	GERENTE	CAJEROS REPONEDORES SUPERVISOR	2
Control y monitorea de la gestión de los encargados del manejo de los dispositivos digitales	GERENTE	CAJEROS REPONEDORES SUPERVISOR	2

REFERENCIAS:

- Andrade Cordero, C. F., Luna Idrovo, S. A., Sarmiento Segovia, W. A., & Luna Altamirano, K. A. (2020). Plan de mejora para la reactivación económica en momentos de iliquidez
- Arana Guzmán, K. D. (2018). "Planeación financiera para mejorar la rentabilidad en una empresa de servicios, Lima 2018". Tesis pregrado. Universidad Norbert Wiener, Lima.
<http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2728/TESIS%20Arana%20Kiara.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Amat, O. (2017). *Contabilidad y Finanzas para Dummies. España*
- Arroyo, G. & Del Rio, B. (2019). *Decisiones financieras y la rentabilidad en las empresas de servicios de transporte de carga de lima metropolitana, año 2017*
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4710/arroyo_del%20rio.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Baker, S. R., Bloom, N., & Davis, S. J. (2016). Measuring economic policy uncertainty. *The quarterly journal of economics*, 131(4), 1593-1636
- Benítez, K. M. (2020). *Implementación de técnicas y herramientas para el control del inventario en el área de bodega de la ferretería Fernanda ubicada en la provincia de guayaquil.*
<https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/2827/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20DE%20BEN%c3%8dTEZ%20OYOLA.pdf>
- Bernal, C. (2016). Metodología de la investigación científica. México: Pearson Educación.
- Carrillo, A. (2015). *Métodos de la investigación responsable*. (Material didáctico). Universidad Autónoma del estado de México.
- Cañete, N. (2020). *Coronavirus: ¿Cómo apoyar desde el sector de fomento a la innovación y las pymes?* <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/innovacion-coronavirus-pymes-emprendimientos/>

- CEPAL. (2020). Mipymes y el COVID-19. Recuperado el 12 de Junio de 2020, de <https://www.cepal.org/es/euromipyme/mipymes-covid-19>
- Córdova , A., & Saavedra, C. (2018). “Propuesta de un plan estratégico para mejorar la rentabilidad de la empresa avícola san Jorge E.I.R.L, Jaén – 2017”. Tesis pregrado. Universidad Señor de Sipán, Chiclayo. <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5655/C%c3%b3rdova%20Calle%20%26%20Saavedra%20Lozada.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ccahuin, R. (2019). *Análisis de la rentabilidad de una empresa comercializadora, Lima 2017-2018*. https://repositorio.uwiener.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/3532/T061_48446040_B.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Estela, R. (2020). *Investigación Propositiva*. <https://es.calameo.com/books/006239239f8a941bec906>
- Evenson, R., & Kislev, Y. (2021). *A Stochastic Model of Applied Research*. <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/260431>
- Fernández, J. R. H. (2021). Impacto económico y social de la COVID-19 en el Perú. *Revista de Ciencia e Investigación en Defensa*, 2(1), 31-42
- Fuertes , Y., & Cuellar, B. (2019). Inter-Relationship Between Firm Growth And Profitability In A Context Of Economic Crisis. *Journal Of Business Economics And*
- Flores, A. L. (2015). Población y Muestra. Recuperado el 12 de Junio de 2021, de <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- Management, 106. doi:<https://doi.org/10.3846/jbem.2019.6928>
- Gamboa Balbín, C. (2020). Los retos ambientales y sociales de la reactivación económica post cuarentena. *Revista Kawsaypacha: Sociedad Y Medio Ambiente*, (6), 7-28. <https://doi.org/10.18800/kawsaypacha.202002.001>
- Guillermina , B. (2017). *Metodología de la Investigación* (3a, ed.). Grupo Editorial Patria.

- Hernandez Sampieri, R., Fernandez, C. C., & Baptista Lucio, P. (2016). *Metodología de la investigación*.
- Hernández, J. (2021). Fondo de apoyo empresarial para la reactivación económica como consecuencia del COVID-19 en las MYPES del mercado modelo de Piura 2020. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/76589/Hernandez_SJM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández Guamán , L. G., & Zamora Vozmediano, C. A. (2017). Proyecto De Reactivación Económica Para La Camaronera Biocuajuma Ubicado En El Cantón General Villamil Playas. Recuperado el 12 de Junio de 2021, de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10815/1/T-UCE0005-088-2017.pdf>
- Hernández , S., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la Investigación. Mcgraw-Hill.
- Huaman, A. (2020). “Análisis económico-financiero herramienta clave para la evaluación financiera en las compañías: una revisión de la literatura” https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3719/Alexandra%0Huaman_Mery%20Huaranca_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2020.PDF?sequence=5&isAllowed=y
- Kasozi, J. (2017). The Effect of working capital management on profitability: a case of listed manufacturing firms in south Africa. Business Perspectives, 346. doi:[http://dx.doi.org/10.21511/imfi.14\(2-2\).2017.05](http://dx.doi.org/10.21511/imfi.14(2-2).2017.05)
- Mires, D. (2018). *Planeación financiera y su influencia en la rentabilidad de la empresa comercial Dent Import S.A del Distrito Lince*. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/489/PLANEACION%20FINANCIERA%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20LA%20RENTABILIDAD%20DE%20LA%20EMPRESA%20COMERCIAL%20DENT%20IMPORT%20S.A%20DEL%20DISTRITO%20LINCE%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- López, C. C. (2019). Rentabilidad, valor, Productividad. KONRAD LORENZ Fundación Universitaria
- López Roldán , P., & Fachelli, S. (2015). Metodología De La Investigación Social Cuantitativa. Recuperado el 12 de Junio de 2021, de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf
- Pérez, A. (2016). Fuentes de financiación. España: ESIC.
- Millones, M. (2016). Rentabilidad de la empresa BIG BAG Perú S.A.C., la Victoria.<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6762/Millones%20S%C3%A1nchez%20Magali%20Medalid.pdf?sequence=1>
- Naranjo, L. (2017). *“análisis de los factores económicos y financieros que afectan el rendimiento de la empresa la casa española por el periodo 2015-2016”*. (Tesis pregrado, universidad de Guayaquil). <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/37532/1/tesis%20naranjo%20final.pdf>
- Navarro, I. (2021). Las instituciones de competencia en México ante el COVID-19 y la recuperación económica (No. 46662). Naciones Unidas Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). Metodología de la investigación Cualitativa - Cuantitativa y redaccion de la tesis. Bogotá: Ediciones de la U.
- Ogundajo, G., Enti, P., & Oyedokun, G. (2018). Shareholders' return and value of manufacturing firms. Academic Journals
- Raffino, E. (22 de 08 de 2018). Concepto - Rentabilidad. Obtenido de <https://concepto.de/rentabilidad/>
- Rezana, A. (2019). The Impact Of Cash Turnover, Receivable Turnover, Inventory Turnover, Current Ratio And Debt To Equity Ratio On Profitability. Journal of Research in Management, 9. doi:DOI:10.32424/jorim.v2i2.66

Romero, N. (2017). "Diseño de estrategias para mejorar la rentabilidad de la empresa

Produarroz S.A.". Tesis pregrado. Universidad de Guayaquil, Guayaquil.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16462/1/TESIS%20FINAL%2012%20DE%20FEBRERO..pdf>

Tessema, A., & Gebre, E. (2020). Internal Control over Cash: - Empirical Evidence from Wegagen Bank Hossana Branch. Academic Journals.

Torres, E. (2022). Política Económica y Reactivación Económica en el Ministerio de Economía y Finanzas Año 2020, https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/82244/Torres_ADCEG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Torres, R., & Fernández, M. J. (2020). La política económica española y el COVID-19. Funcas, Cuadernos de Información Económica, 275

ANEXOS

Anexo 1.

Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escalas
Variable independiente: Reactivación Económica	Es un periodo del ciclo económico que continua a una recesión, caracterizándose por una etapa de mejora sostenible en toda la actividad emprendedora comercial. (Lorenzini, Lorandini, & Coffman, 2018)	Se puede decir que la reactivación económica se caracteriza por ser una etapa de mejora para ello consta de 3 dimensiones: (1) Fortalecimiento de herramientas tecnológicas ; (2) Incremento de ventas ; (3) Pagos online	Fortalecimiento de herramientas tecnológicas Incremento de ventas	<ul style="list-style-type: none"> - Actualización de herramientas tecnológicas - capacitaciones de la empresa para su personal - Aplicación tecnológica del QR Tiempo. - clientes nuevos - precios accesibles - satisfacción del cliente - servicio online - capacitaciones para pago con post - Pagos con post o efectivo. 	Ordinal Muy deficiente Deficiente, Regular Bueno Muy bueno
Variable dependiente: Rentabilidad	Se define como una determinada inversión de proyectar mayores beneficios a las inversiones posteriores a la espera de un tiempo fijado	La rentabilidad se realizó en tres dimensiones: (1) Económica; (2) Financiera (3) sobre ventas.	<ul style="list-style-type: none"> - ROA - ROE - VENTAS 	<ul style="list-style-type: none"> - Rentabilidad sobre las inversiones - Rentabilidad financiera - Rentabilidad sobre ventas 	De razón

Nota. Marco teórico

Anexo 2.

Instrumento de recolección de datos.

2.1 Guía de entrevista para evaluar la auditoría interna.

Estimado Colaborador:

Estimado colaborador reciba un saludo cordial, y comunicarle que estamos realizando una investigación en el campo empresarial, con el fin de conocer la realidad sobre la reactivación económica de la empresa y contribuir con un plan de mejora, por tal motivo pedimos su apoyo respondiendo el cuestionario, su respuesta es anónima y sirve sólo para fines de investigación.

Instructivo: Lea atentamente la interrogante y marque la respuesta con una "X", según el criterio que valores.

1. Nunca

2. Casi Nunca

3. Regular

4. Casi siempre

5. Siempre

N°	Ítem	Criterios de valoración					comentario
		1	2	3	4	5	
FORTALECIMIENTO DE HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS							
Actualización de herramientas tecnológicas							
1	¿Tiene ud. conocimiento sobre cada tecnología que se está implementando?			x			No de todas, pero sí de las más resaltantes para el negocio.
2	¿Considera que la actualización en tecnología es importante para la empresa?			x			Claro en la medida que es posible invertir en nuevas tecnologías la empresa actualiza sus herramientas.
capacitaciones de la empresa para su personal							

3	¿El personal cuenta las capacitaciones necesarias para el manejo de las herramientas tecnológicas de su establecimiento?			x			No todo el personal está capacitado en el manejo de herramientas tecnológicas.
4	¿El personal encargado de la atención al cliente está capacitado o recibió capacitación en herramientas tecnológicas?			x			Claro es un mercado en crecimiento actualmente muchas empresas están implementando o este tipo de servicio aunque por el momento no lo hemos implementado.
Aplicación tecnológica del QR							
5	¿La empresa cuenta con este tipo de sistemas de pedidos QR?			x			Nuestra atención al cliente se esfuerza mucho para que nuestros clientes tengan una bonita experiencia dentro de nuestros establecimientos y vuelvan pronto.
6	¿Es importante para usted que el código de QR binde toda la información al momento de escanearlo?		x				Si el Minimarket es muy competitivo en cuanto a sus precios por mayor y menor.
INCREMENTO DE VENTAS							
clientes nuevos							
7	¿Considera que es relevante ofrecer productos vía internet para llegar a más clientes?			x			No cuenta con ofertas pero si hace varios descuentos o baja los precios esto para dar mayor

							movimiento al inventario.
8	¿Se brinda al cliente buena atención para que regrese pronto?			x			Si porque entendiendo lo que requiere el cliente, sabremos qué fortalecer o las mejoras que se requerirán
precios accesibles							
9	¿La empresa mejora sus precios en relación a la competencia?					x	No se ha realizado ninguna encuesta hasta la fecha.
10	¿la empresa cuenta con ofertas llamativas					x	No se cuenta con este tipo de servicio
satisfacción del cliente							
11	¿Considera que establecer mecanismos que permita conocer el grado de satisfacción del cliente será importante para el aumento de ventas?					x	No contamos con ningún sistema de compra por la web.
12	¿Se realizan encuestas para saber el grado de satisfacción del cliente?					x	
PAGOS ONLINE							
servicio online							
13	¿La empresa cuenta con un sistema delivery?					x	
14	¿La empresa cuenta con sistema de compra o pedido vía web?					x	
capacitaciones para pago con post							
15	¿Tiene ud. conocimiento sobre utilizar la máquina del POST?	x					Si hemos empleado este sistema en la empresa.
16	¿Considera que las capacitaciones de utilización del POST son importantes para la empresa?		x				Claro los encargados de caja son capacitados en el correcto uso del POST.
Pagos con post o efectivo							

17	¿Se cuenta habilitado para recibir diversas entidades bancarias?		x				
18	¿Es importante que la empresa cuente con diversas formas de pago para no perder la venta		x				

Ficha técnica del instrumento.

1. **Nombre del instrumento:** Cuestionario para evaluar la reactivación económica.
2. **Autores:**
3. **Objetivo:** Recoger información para diagnosticar la reactivación económica de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L., Nuevo Chimbote, de manera general y específica.
4. **Usuarios:** Colaboradores de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L., Nuevo Chimbote
5. **Tiempo:** 30 minutos por colaborador
6. **Técnica:** Entrevista
7. **Organización de ítems:**

Dimensiones	Indicadores	Ítems
Fortalecimiento de herramientas tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> - Actualización de herramientas tecnológicas - capacitaciones de la empresa para su personal - Aplicación tecnológica del QR 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Tiene Ud. conocimiento sobre cada tecnología que se está implementando? 2. ¿Considera que la actualización en tecnología es importante para la empresa? 3. ¿El personal cuenta las capacitaciones necesarias para el manejo de las herramientas tecnológicas de su establecimiento? 4. ¿El personal encargado de la atención al cliente está capacitado o recibió capacitación en herramientas tecnológicas? 5. ¿La empresa cuenta con este tipo de sistemas de pedidos QR? 6. ¿Es importante para usted que el código de QR binde toda la información al momento de escanearlo?
Incremento de ventas	<ul style="list-style-type: none"> - Clientes nuevos - Precios accesibles - Satisfacción del cliente 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Considera que es relevante ofrecer productos vía internet para llegar a más clientes? 2. ¿Se brinda al cliente buena atención para que regrese pronto? 3. ¿La empresa mejora sus precios en relación a la competencia? 4. ¿la empresa cuenta con ofertas llamativas?

		<p>5. ¿Considera que establecer mecanismos que permita conocer el grado de satisfacción del cliente será importante para el aumento de ventas?</p> <p>6. ¿Se realizan encuestas para saber el grado de satisfacción del cliente?</p>
Pagos online	<ul style="list-style-type: none"> - Servicio online - Capacitaciones para pagos con post - Pagos con post o efectivo 	<p>1. ¿La empresa cuenta con un sistema delivery?</p> <p>2. ¿La empresa cuenta con sistema de compra o pedido vía web?</p> <p>3. ¿Tiene ud. conocimiento sobre utilizar la máquina del POST?</p> <p>4. ¿Considera que las capacitaciones de utilización del POST son importante para la empresa?</p> <p>5. ¿Se cuenta habilitado para recibir diversas entidades bancarias?</p> <p>6. ¿Es importante que la empresa cuente con diversas formas de pago para no perder la venta</p>

Nivel de competencias emocionales				
Variable	Total de ítems	Puntaje	Escala	Valoración
Reactivación económica	18	90	18-33	Muy deficiente
			34-48	Deficiente
			49-63	Regular
			64-77	Bueno
			78-90	Muy bueno
Dimensiones de reactivación económica				
Dimensión	Total de ítems	Puntaje	Escala	Valoración
Fortalecimiento de herramientas tecnológicas	06	30	6-8	Muy deficiente
			9-11	Deficiente
			12-14	Regular

			15-16	Bueno
			17-18	Muy bueno
Incremento de ventas	06	30	6-8	Muy deficiente
			9-11	Deficiente
			12-14	Regular
			15-16	Bueno
			17-18	Muy bueno
Pagos online	06	30	6-8	Muy deficiente
			9-11	Deficiente
			12-14	Regular
			15-16	Bueno
			17-18	Muy bueno

MATRIZ DE VALIDACIÓN

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA			CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Nunca	A veces	Siempre	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
Reactivación económica	FORTALECIMIENTO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	- Actualización de herramientas tecnológicas	¿Tiene Ud. conocimiento sobre cada tecnología que se está implementando?				X		X		X		X		
		- capacitaciones de la empresa para su personal	¿Considera que la actualización en tecnología es importante para la empresa?				X		X		X		X		
		- Aplicación tecnológica del QR	¿El personal cuenta las capacitaciones necesarias para el manejo de las herramientas tecnológicas de su establecimiento?				X		X		X		X		

		¿la empresa cuenta con ofertas llamativas				X		X		X		X		
		¿Considera que establecer mecanismos que permita conocer el grado de satisfacción del cliente será importante para el aumento de ventas?				X		X		X		X		
		¿Se realizan encuestas para saber el grado de satisfacción del cliente?				X		X		X		X		
Pagos online	<ul style="list-style-type: none"> - servicio online - capacitaciones para pago con post - Pagos con post o efectivo 	¿La empresa cuenta con un sistema delivery?				X		X		X		X		
		¿La empresa cuenta con sistema de compra o pedido vía web?				X		X		X		X		
		¿Tiene Ud. conocimiento sobre utilizar la máquina del POST?				X		X		X		X		
		¿Considera que las capacitaciones de				X		X		X		X		

			utilización del POST son importante para la empresa?												
			¿Se cuenta habilitado para recibir diversas entidades bancarias?				X		X		X		X		
			¿Es importante que la empresa cuente con diversas formas de pago para no perder la venta				X		X		X		X		



Mg. Amparo Jiménez Duval

DNI: 41299986

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1293-1737>

DATOS DEL EVALUADOR Y VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Entrevista para recoger información de la reactivación económica

OBJETIVO: Recoger información sobre la reactivación económica, de modo general y específico, de los trabajadores.

DIRIGIDO A: Trabajadores de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L., Nuevo Chimbote

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Dra. Amparo Jiménez Duval

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Doctora en Contabilidad

VALORACIÓN:

Aprobado	Desaprobado
x	



DR. Amparo Jimenez Duval

DNI: 41299986

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1293-1737>

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA REACTIVACION ECONOMICA								
N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Observaciones
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Dimensión 1. Fortalecimiento de herramientas tecnológicas							
1	¿Tiene Ud. conocimiento sobre cada tecnología que se está implementando?	X		X		X		
2	¿Considera que la actualización en tecnología es importante para la empresa?	X		X		X		
3	¿El personal cuenta las capacitaciones necesarias para el manejo de las herramientas tecnológicas de su establecimiento?	X		X		X		
4	¿El personal encargado de la atención al cliente está capacitado o recibió capacitación en herramientas tecnológicas?	X		X		X		
5	¿La empresa cuenta con este tipo de sistemas de pedidos QR?	X		X		X		
6	¿Es importante para usted que el código de QR binde toda la información al momento de escanearlo?	X		X		X		
	Dimensión 2. Incremento de ventas							
7	¿Considera que es relevante ofrecer productos vía internet para llegar a más clientes?	X		X		X		
8	¿Se brinda al cliente buena atención para que regrese pronto?	X		X		X		
9	¿La empresa mejora sus precios en relación a la competencia?	X		X		X		
10	¿la empresa cuenta con ofertas llamativas	X		X		X		
11	¿Considera que establecer mecanismos que permita conocer el grado de satisfacción del cliente será importante para el aumento de ventas?	X		X		X		

12	¿Se realizan encuestas para saber el grado de satisfacción del cliente?	X		X		X		
Dimensión 3. Pagos online								
13	¿La empresa cuenta con un sistema delivery?	X		X		X		
14	¿La empresa cuenta con sistema de compra o pedido vía web?	X		X		X		
15	¿Tiene Ud. conocimiento sobre utilizar la máquina del POST?	X		X		X		
16	¿Considera que las capacitaciones de utilización del POST son importante para la empresa?	X		X		X		
17	¿Se cuenta habilitado para recibir diversas entidades bancarias?	X		X		X		
18	¿Es importante que la empresa cuente con diversas formas de pago para no perder la venta	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Cuestionario aprobado para su aplicación

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Amparo Raquel Jiménez Duval **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-1293-1737>

Especialidad del validador: Auditoría y Tributación

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Junio 14, del 2022

Firma del Experto Informante
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-1293-1737>

MATRIZ DE VALIDACIÓN

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA			CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES	
				Nunca	A veces	Siempre	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA			
							SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO		
Reactivación económica	FORTALECIMIENTO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	<ul style="list-style-type: none"> - Actualización de herramientas tecnológicas - capacitaciones de la empresa para su personal - Aplicación tecnológica del QR 	¿Tiene Ud. conocimiento sobre cada tecnología que se está implementando?				X		X		X		X			
			¿Considera que la actualización en tecnología es importante para la empresa?				X		X		X		X			
			¿El personal cuenta las capacitaciones necesarias para el manejo de las herramientas tecnológicas de su establecimiento?				X		X		X		X			
			¿El personal encargado de la atención al				X		X		X		X			

			cliente está capacitado o recibió capacitación en herramientas tecnológicas?													
			¿La empresa cuenta con este tipo de sistemas de pedidos QR?				X		X		X		X			
			¿Es importante para usted que el código de QR binde toda la información al momento de escanearlo?				X		X		X		X			
	Incremento de ventas	<ul style="list-style-type: none"> - clientes nuevos - precios accesibles - satisfacción del cliente 	¿Considera que es relevante ofrecer productos vía internet para llegar a más clientes?				X		X		X		X			
			¿Se brinda al cliente buena atención para que regrese pronto?				X		X		X		X			
			¿La empresa mejora sus precios en relación a la competencia?				X		X		X		X			
			¿la empresa cuenta con				X		X		X		X			

			ofertas llamativas												
			¿Considera que establecer mecanismos que permita conocer el grado de satisfacción del cliente será importante para el aumento de ventas?				X		X		X		X		
			¿Se realizan encuestas para saber el grado de satisfacción del cliente?				X		X		X		X		
Pagos online	- servicio online - capacitaciones para pago con post - Pagos con post o efectivo		¿La empresa cuenta con un sistema delivery?				X		X		X		X		
			¿La empresa cuenta con sistema de compra o pedido vía web?				X		X		X		X		
			¿Tiene Ud. conocimiento sobre utilizar la máquina del POST?				X		X		X		X		
			¿Considera que las capacitaciones de utilización del POST son				X		X		X		X		

			importante para la empresa?												
			¿Se cuenta habilitado para recibir diversas entidades bancarias?				X		X		X		X		
			¿Es importante que la empresa cuente con diversas formas de pago para no perder la venta				X		X		X		X		



Dr. Aguilar Culquicondor Juan Carlos.
DNI: 09567956
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2096-9890>

DATOS DEL EVALUADOR Y VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: ENTREVISTA PARA RECOGER INFORMACION DE LA RECATIVACION ECONOMICA

OBJETIVO: Recoger información sobre la reactivación económica, de modo general y específico, de los trabajadores.

DIRIGIDO A: Trabajadores de la empresa A.A.A Minimarket E.I.R.L, Nuevo Chimbote

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: DR JUAN CARLOS AGUILAR CULQUICONDOR

VALORACIÓN:

Aprobado	Desaprobado
X	



Dr. Aguilar Culquicondor Juan Carlos.
DNI: 09567956

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2096-9890>

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA REACTIVACION ECONOMICA								
N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Observaciones
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Dimensión 1. Fortalecimiento de herramientas tecnológicas							
1	¿Tiene Ud. conocimiento sobre cada tecnología que se está implementando?	X		X		X		
2	¿Considera que la actualización en tecnología es importante para la empresa?	X		X		X		
3	¿El personal cuenta las capacitaciones necesarias para el manejo de las herramientas tecnológicas de su establecimiento?	X		X		X		
4	¿El personal encargado de la atención al cliente está capacitado o recibió capacitación en herramientas tecnológicas?	X		X		X		
5	¿La empresa cuenta con este tipo de sistemas de pedidos QR?	X		X		X		
6	¿Es importante para usted que el código de QR binde toda la información al momento de escanearlo?	X		X		X		
	Dimensión 2. Incremento de ventas							
7	¿Considera que es relevante ofrecer productos vía internet para llegar a más clientes?	X		X		X		
8	¿Se brinda al cliente buena atención para que regrese pronto?	X		X		X		
9	¿La empresa mejora sus precios en relación a la competencia?	X		X		X		
10	¿la empresa cuenta con ofertas llamativas	X		X		X		
11	¿Considera que establecer mecanismos que permita conocer el grado de satisfacción del cliente será importante para el aumento de ventas?	X		X		X		

12	¿Se realizan encuestas para saber el grado de satisfacción del cliente?	X		X		X		
Dimensión 3. Pagos online								
13	¿La empresa cuenta con un sistema delivery?	X		X		X		
14	¿La empresa cuenta con sistema de compra o pedido vía web?	X		X		X		
15	¿Tiene Ud. conocimiento sobre utilizar la máquina del POST?	X		X		X		
16	¿Considera que las capacitaciones de utilización del POST son importante para la empresa?	X		X		X		
17	¿Se cuenta habilitado para recibir diversas entidades bancarias?	X		X		X		
18	¿Es importante que la empresa cuente con diversas formas de pago para no perder la venta	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Cuestionario aprobado para su aplicación

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. ORCID: Aguilar Culquicondor Juan Carlos. **Orcid:** <https://orcid.org/0000-0003-2096-9890>

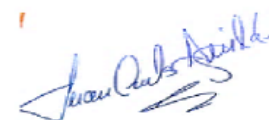
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Junio 14, del 2022



Dr. Aguilar Culquicondor Juan Carlos.
DNI: 09567956

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2096-9890>

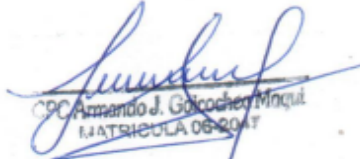
MATRIZ DE VALIDACIÓN

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA			CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES	
				Nunca	A veces	Siempre	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA			
							SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO		
Reactivación económica	FORTALECIMIENTO DE HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	<ul style="list-style-type: none"> - Actualización de herramientas tecnológicas - capacitaciones de la empresa para su personal - Aplicación tecnológica del QR 	¿Tiene Ud. conocimiento sobre cada tecnología que se está implementando?				X		X		X		X			
			¿Considera que la actualización en tecnología es importante para la empresa?				X		X		X		X			
			¿El personal cuenta las capacitaciones necesarias para el manejo de las herramientas tecnológicas de su establecimiento?				X		X		X		X			
			¿El personal encargado de la atención al				X		X		X		X			

			cliente está capacitado o recibió capacitación en herramientas tecnológicas?													
			¿La empresa cuenta con este tipo de sistemas de pedidos QR?				X		X		X		X			
			¿Es importante para usted que el código de QR binde toda la información al momento de escanearlo?				X		X		X		X			
	Incremento de ventas	<ul style="list-style-type: none"> - clientes nuevos - precios accesibles - satisfacción del cliente 	¿Considera que es relevante ofrecer productos vía internet para llegar a más clientes?				X		X		X		X			
			¿Se brinda al cliente buena atención para que regrese pronto?				X		X		X		X			
			¿La empresa mejora sus precios en relación a la competencia?				X		X		X		X			
			¿la empresa cuenta con				X		X		X		X			

			ofertas llamativas												
			¿Considera que establecer mecanismos que permita conocer el grado de satisfacción del cliente será importante para el aumento de ventas?				X		X		X		X		
			¿Se realizan encuestas para saber el grado de satisfacción del cliente?				X		X		X		X		
Pagos online	- servicio online - capacitaciones para pago con post - Pagos con post o efectivo		¿La empresa cuenta con un sistema delivery?				X		X		X		X		
			¿La empresa cuenta con sistema de compra o pedido vía web?				X		X		X		X		
			¿Tiene Ud. conocimiento sobre utilizar la máquina del POST?				X		X		X		X		
			¿Considera que las capacitaciones de utilización del POST son				X		X		X		X		

			importante para la empresa?												
			¿Se cuenta habilitado para recibir diversas entidades bancarias?				X		X		X		X		
			¿Es importante que la empresa cuente con diversas formas de pago para no perder la venta				X		X		X		X		



CPC Armando J. Goicochea Maqui
MATRICULA 062047

ARMANDO JOE GOICOCHEA MAQUI
DNI: 45978791
ORCID: 0000-0001-8976-8670

DATOS DEL EVALUADOR Y VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Entrevista para recoger información de la reactivación económica

OBJETIVO: Recoger información sobre la reactivación económica, de modo general y específico, de los trabajadores.

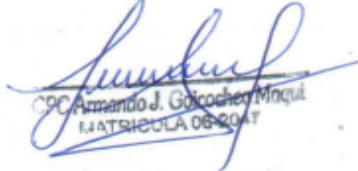
DIRIGIDO A: Trabajadores de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L., Nuevo Chimbote

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: Armando Joe Goicochea Maqui

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: CPC. Armando Joe Goicochea Maqui

VALORACIÓN:

Aprobado	Desaprobado
x	



CPC Armando J. Goicochea Maqui
MATRICULA 06-2017

ARMANDO JOE GOICOCHEA MAQUI
DNI: 45978791
ORCID: 0000-0001-8976-8670

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DE LOS INSTRUMENTOS

CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA REACTIVACION ECONOMICA								
N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Observaciones
	Dimensión 1. Fortalecimiento de herramientas tecnológicas	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	¿Tiene Ud. conocimiento sobre cada tecnología que se está implementando?	X		X		X		
2	¿Considera que la actualización en tecnología es importante para la empresa?	X		X		X		
3	¿El personal cuenta las capacitaciones necesarias para el manejo de las herramientas tecnológicas de su establecimiento?	X		X		X		
4	¿El personal encargado de la atención al cliente está capacitado o recibió capacitación en herramientas tecnológicas?	X		X		X		
5	¿La empresa cuenta con este tipo de sistemas de pedidos QR?	X		X		X		
6	¿Es importante para usted que el código de QR binde toda la información al momento de escanearlo?	X		X		X		
	Dimensión 2. Incremento de ventas							
7	¿Considera que es relevante ofrecer productos vía internet para llegar a más clientes?	X		X		X		
8	¿Se brinda al cliente buena atención para que regrese pronto?	X		X		X		
9	¿La empresa mejora sus precios en relación a la competencia?	X		X		X		
10	¿la empresa cuenta con ofertas llamativas	X		X		X		
11	¿Considera que establecer mecanismos que permita conocer el grado de satisfacción del cliente será importante para el aumento de ventas?	X		X		X		

12	¿Se realizan encuestas para saber el grado de satisfacción del cliente?	X		X		X		
	Dimensión 3. Pagos online							
13	¿La empresa cuenta con un sistema delivery?	X		X		X		
14	¿La empresa cuenta con sistema de compra o pedido vía web?	X		X		X		
15	¿Tiene Ud. conocimiento sobre utilizar la máquina del POST?	X		X		X		
16	¿Considera que las capacitaciones de utilización del POST son importante para la empresa?	X		X		X		
17	¿Se cuenta habilitado para recibir diversas entidades bancarias?	X		X		X		
18	¿Es importante que la empresa cuente con diversas formas de pago para no perder la venta	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Cuestionario aprobado para su aplicación

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [x]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Apellidos y nombres del juez validador. Armando Joe Goicochea Maqui **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-8976-8670>

Especialidad del validador: Auditoría y Tributación

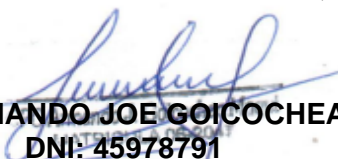
¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Junio 14, del 2022


ARMANDO JOE GOICOCHEA MAQUI
DNI: 45978791
ORCID: 0000-0001-8976-8670

Análisis de la validación de contenido a nivel de expertos

Reporte de la validación de contenido a nivel de expertos Guía de entrevista sobre Reactivación Económica

Del análisis consolidado del coeficiente de validez de contenido a través de la V de Aiken a 3 expertos consultados sobre los ítems propuestos sobre el “Cuestionario sobre reactivación económica no sugiere corrección o eliminación de ítem alguno, por ser >0.80 y ≤ 1.00 (0.99). Por lo que se considera que la “Guía de entrevista sobre reactivación económica” posee una fuerte validez de contenido.

Validez de contenido general y específico

Dimensión	Ítems	Criterios	Expertos			Total (S)	V. Aiken	Validez por ítems
			1	2	3			
Herramientas tecnológicas	item1	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
	item2	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Calidad	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
	item3	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
	item4	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
	item5	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Calidad	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
	item6	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
Incremento de ventas	item7	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
	item8	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
	item9	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
	item10	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte

		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
	item11	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
			Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
			Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
	item12	Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
	Pagos online	item13	Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte
Relevancia			1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
Claridad			1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
item14		Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
item15		Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
item16		Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
item17		Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
item18		Pertinencia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
		Relevancia	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
		Claridad	1	1	1	3	1.00	Validez fuerte	
Total							1.00	Validez fuerte	

Consolidado de validez de contenido

Dimensión	Pertinencia	Relevancia	Claridad	Puntuación específica
Herramientas tecnológicas	1.00	1.00	1.00	1.00
Incremento de ventas	1.00	1.00	1.00	1.00
Pagos online	1.00	1.00	1.00	1.00
Puntuación general	1.00	1.00	1.00	1.00

Reporte de confiabilidad del instrumento.

“Guía de entrevista para evaluar la reactivación económica”

Se aplicó una prueba piloto de la “Guía de entrevista sobre la reactivación económica” a una muestra no probabilística por conveniencia de 5 colaboradores, sin afectar a la muestra de estudio, con el objetivo de depurar los 18 ítems propuestos en el instrumento. Del análisis de los coeficientes de correlación corregido ítem-total en sus tres dimensiones del “Cuestionario para evaluar la reactivación económica” no sugiere la eliminación de ítem alguno, por ser superiores a 0.20; así mismo el valor del coeficiente de consistencia interna Alpha de Crombach del instrumento es de 0.82, en promedio y de sus dimensiones (0.81 en ambiente de control, 0.83 en evaluación de riesgos y 0.83 en actividades de control). La puntuación de los ítems (oscilaron entre 0.83 y 0.87). Por lo que se considera que el “Cuestionario para evaluar el control interno” es confiable.

Coeficiente de correlación corregido ítem-total

CORRELACION ITEN-TOTAL			
	D1	D2	D3
I1	0.446		
I2	0.861		
I3	0.766		
I4	0.461		
I5	0.861		
I6	0.819		
I7		0.446	
I8		0.446	
I9		0.526	
I10		0.390	
I11		-0.505	
I12		0.861	
I13			0.390
I14			-0.317
I15			0.202
I16			0.647
I17			0.886
I18			0.226
CORRELACION POR DIMENCIONES	0.702	0.361	0.339
CORRELACION TOTAL	0.467		

Coeficiente de confiabilidad corregido ítem-total

CONFIABILIDAD ITEM-TOTAL			
	D1	D2	D3
I1	0.825		
I2	0.807		
I3	0.803		
I4	0.834		
I5	0.807		
I6	0.803		
I7		0.825	
I8		0.825	
I9		0.821	
I10		0.828	
I11		0.856	
I12		0.807	
I13			0.828
I14			0.869
I15			0.834
I16			0.811
I17			0.810
I18			0.840
CONFIABILIDAD POR DIMENSIONES	0.813	0.827	0.832
CONFIABILIDAD TOTAL	0.824		

2.2 Reporte de los Estados Financieros de la Empresa.

A.A.A. MINIMARKET E.I.R.L.

Estado de Situación Financiera
Al 31 de Diciembre del año 2021 y 31 de Diciembre del año 2020
(En nuevos soles)

	Notas	Al 31 de Diciembre 2021	Al 31 de Diciembre 2020		Notas	Al 31 de Diciembre 2021	Al 31 de Diciembre 2020
Activo				Pasivo y Patrimonio			
Activo Corriente				Pasivo Corriente			
Efectivo y Equivalentes de efectivo		8,365.00	7,391.00	Sobregiros Bancarios		-	-
Inversiones Financieras		-	-	Obligaciones Financieras		-	-
Activos Financieros al Valor Razonable con cambios en Ganancias y Pérdidas		-	-	Cuentas por Pagar Comerciales		-	-
Activos Financieros Disponibles para la Venta		-	-	Otras Cuentas por Pagar a Partes Relacionadas		-	-
Activos Financieros mantenidos hasta el Vencimiento		-	-	Impuesto a la Renta y Participaciones Corrientes		-	2,054.00
Activos por Instrumentos Financieros Derivados		-	-	Otras Cuentas por Pagar		320,000.00	50,000.00
Cuentas por Cobrar Comerciales (neto)		-	-	Provisiones		-	-
Otras Cuentas por Cobrar a Partes Relacionadas (neto)		-	-	Pasivos mantenidos para la Venta		-	-
Otras Cuentas por Cobrar (neto)		-	-	Total Pasivo Corriente		320,000.00	52,054.00
Existencias (neto)		311,299.00	69,315.00	Pasivo No Corriente			
Activos Biológicos		-	-	Obligaciones Financieras		-	-
Activos no Corrientes mantenidos para la Venta		-	-	Cuentas por Pagar Comerciales		-	-
Gastos Contratados por Anticipado		-	-	Cuentas por Pagar a Partes Relacionadas		-	-
Otros Activos		43,569.00	-	Pasivo por Impuesto a la Renta y Participaciones Diferidos		-	-
Total Activo Corriente		363,233.00	76,706.00	Otras Cuentas por Pagar		-	-
Activo No Corriente				Provisiones		-	-
Inversiones Financieras		-	-	Ingresos Diferidos (netos)		-	-
Activos Financieros Disponibles para la Venta		-	-	Total Pasivo No Corriente		-	-
Activos Financieros mantenidos hasta el Vencimiento		-	-	Total Pasivo		320,000.00	52,054.00
Activos por Instrumentos Financieros Derivados		-	-	Patrimonio Neto			
Inversiones al Método de Participación		-	-	Capital		10,000.00	10,000.00
Otras Inversiones Financieras		-	-	Acciones de Inversión		-	-
Cuentas por Cobrar Comerciales		-	-	Capital Adicional		-	-
Otras Cuentas por Cobrar a Partes Relacionadas (neto)		-	-	Revaluación Activos Fijos		-	-
Otras Cuentas por Cobrar		-	-	Reservas Legales		-	-
Existencias (neto)		-	-	Otras Reservas		-	-
Activos Biológicos		-	-	Resultados Acumulados		14,652.00	-
				Resultado del Ejercicio		18,581.00	14,652.00
Total Activo No Corriente		-	-				
TOTAL ACTIVO		363,233.00	76,706.00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO		363,233.00	76,706.00

A.A.A. MINIMARKET E.I.R.L.
Estado de Resultados
Por los periodos terminados al 31 de Diciembre del año 2021 y 2020
(En nuevos soles)

	Por el Periodo acumulado del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2021	Por el Periodo acumulado del 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2020
Ingresos de Actividades Ordinarias		
Ventas Netas de Bienes	384,034.00	905,173.00
Prestación de Servicios	-	-
Total de Ingresos de Actividades Ordinarias	384,034.00	905,173.00
Costo de Ventas (Operacionales)	-325,000.00	-759,813.00
Otros Costos Operacionales	-	-
Total Costos Operacionales	59,034.00	145,360.00
Ganancia (Pérdida) Bruta	-	-
Gastos de Ventas y Distribución	-	-
Gastos de Administración	-68,388.00	-129,080.00
Ganancia (Pérdida) de la baja en Activos Financieros medidos al Costo Amortizado	-9,354.00	16,280.00
Otros Ingresos Operativos	30,000.00	-
Otros Gastos Operativos	-	-
Ganancia (Pérdida) Operativa	20,646.00	16,280.00
Ingresos Financieros	-	-
Gastos Financieros	-	-
Participación en los Resultados de Partes Relacionadas por el Método de Participación	-	-
Ganancia (Pérdida) por Instrumentos Financieros Derivados	-	-
Resultado antes de Participaciones y del Impuesto a la Renta	20,646.00	16,280.00
Participación de los trabajadores	-	-
Impuesto a la Renta	-2,065.00	-1,628.00
Ganancia (Pérdida) Neta de Operaciones Continuas	-	-
Ingreso (Gasto) Neto de Operaciones en Discontinuación	-	-
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio	18,581.00	14,652.00

Anexo 3.

Consentimiento de informado

AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización: A.A.A. MINIMARKET E.I.R.L.	RUC: 20605714413
Nombre del Titular o Representante legal: CHEN WANCAI	
Nombres y Apellidos CHEN WANCAI	Carne de Extranjería: 002212644

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal “f” del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [x], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación: REACTIVACIÓN ECONÓMICA Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA A.A.A. MINIMARKET E.I.R.L., NUEVO CHIMBOTE 2021	
Nombre del Programa Académico: PROYECTO DE INVESTIGACION	
Autor: Nombres y Apellidos: CANELO BERMEO, RENZO ANDRE VILLANUEVA MORI, ESTHER MAYTE	DNI: 45574803 76009109

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha:

Firma: **A.A.A. MINIMARKET E.I.R.L.**

.....
CHEN WANCAI
GERENTE GENERAL

(*). Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal “f” **Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución.** Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 4.

Constancia de autorización de la investigación



A.A.A. MINIMARKET E.I.R.L.

Gerente general de A.A.A. Minimarket E.I.R.L., suscribe

HACE CONTAR

Que **CANELO BERMEO Renzo Andre** y **VILLANUEVA Mori Esther Mayte**, estudiantes del **X** ciclo de estudios de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJJO de sede de CHIMBOTE, realizaron una entrevista guiada de su proyecto de investigación titulado: **“REACTIVACIÓN ECONÓMICA POST PANDEMIA Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA A.A.A. MINIMARKET E.I.R.L., NUEVO CHIMBOTE 2021”**

La investigación se desarrolló durante los meses de abril a diciembre del 2022 y se ha otorgado plena AUTORIZACIÓN para su desarrollo. .

Se expide la presente **CONSTANCIA** a solicitud de los interesados, para los fines que estimen convenientes.

Atentamente,

Chimbote, 01 de noviembre de 2022

A.A.A. MINIMARKET E.I.R.L.



CHEN WANCAI
GERENTE GENERAL

Av. Pacífico A' 2 - Urbanización Las Casuarinas II Etapa
Nuevo Chimbote



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GUTIERREZ ULLOA CRISTIAN RAYMOUND, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "Reactivación económica post pandemia y su incidencia en la rentabilidad de la empresa A.A.A. Minimarket E.I.R.L., Nuevo Chimbote 2021", cuyos autores son CANELO BERMEO RENZO ANDRE, VILLANUEVA MORI ESTHER MAYTE, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 25.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHIMBOTE, 24 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GUTIERREZ ULLOA CRISTIAN RAYMOUND DNI: 41056767 ORCID: 0000-0001-9791-9627	Firmado electrónicamente por: CRISTIANG el 04-12- 2022 19:14:50

Código documento Trilce: TRI - 0454052