



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

“ESTRATEGIA COMERCIAL PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD

EN LA EMPRESA GRUPO AGROBIEN SAC, JAÉN, 2016”

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER EL GRADO DE BACHILLER
EN CONTABILIDAD**

AUTORES:

Dolores, Coronado Zarate

Dominga Analí, Menor Vílchez

Ericka Rosmery, Mogollón Adanaqué

Mirian Janett, Mogollón Adanaqué

ASESOR:

MG. VÍCTOR MANUEL CASTAÑEDA SALAZAR

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

FINANZAS

CHICLAYO – PERÚ

2017

Acta de Sustentación



ACTA DE SUSTENTACIÓN

En la ciudad de Chiclayo, siendo las 2:00 p.m horas del día 7 DE Marzo del 2019, de acuerdo a los dispuesto por la Resolución de Dirección de Investigación N° 0453-2019, de fecha 05 de Marzo del 2019, se procedió a dar inicio al acto protocolar de sustentación del Trabajo de Investigación titulado: "ESTRATEGIA COMERCIAL PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA GRUPO AGROBIEN SAC, JAÉN, 2016", presentado por los egresado (s) CORONADO ZARATE DOLORES, MENOR VILCHEZ DOMINGA ANALI, MOGOLLÓN ADANAQUE ERICKA ROSMERY Y MOGOLLÓN ADANAQUE MIRIAN JANETT, con la finalidad de obtener el grado de BACHILLER EN CONTABILIDAD, ante el jurado evaluador conformado por los profesionales siguientes :

PRESIDENTE : MGTR. RITA TORO LÓPEZ
SECRETARIO (A) : MGTR. HUGO COLLANTES PALOMINO
VOCAL : MGTR. ABEL SALAZAR ASALDE

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas efectuadas por los miembros del jurado se resuelve:

APROBAR POR UNANIMIDAD Siendo las 2:35 p.m del mismo día, se dio por concluido el acto de sustentación, procediendo a la firma de los miembros del jurado evaluador en señal de conformidad.

Chiclayo, 07 de Marzo del 2019


MGTR. RITA TORO LÓPEZ
PRESIDENTE


MGTR. HUGO COLLANTES PALOMINO
SECRETARIO


MGTR. ABEL SALAZAR ASALDE
VOCAL

Dedicatoria

Este trabajo de investigación está dedicado a Dios, por permitirme culminar satisfactoriamente este trabajo.

A.M.V.

El presente trabajo está dedicado a Dios por permitirme cumplir uno de mis sueños.

D.C.Z.

Dedicamos esta tesina a Dios, por habernos permitido lograr nuestros objetivos y a nuestros padres, por ser nuestra fuerza de día a día.

E.R.M.A.

Dedicamos esta tesina a nuestros líderes de nuestros centros de trabajo, por habernos brindado las facilidades necesarias así haber culminado con la investigación.

M.M.A.

Agradecimiento

Agradecer a Dios, a mi familia y a mi enamorado por su apoyo incondicional, para culminar con este objetivo.

A.M.V.

Agradecer infinitamente a Dios por darme salud, a mi familia por su gran apoyo y a mis amigos por compartir buenos y malos momentos.

D.C.Z.

Gracias a nuestros padres, por haber sido nuestra fuerza inspiradora y los que creyeron desde un inicio en nosotras.

E.R.M.A.

Gracias a Dios por habernos permitido llegar a cumplir uno de nuestros grandes sueños, por darnos la fortaleza día a día y convertir hoy uno de nuestros sueños hechos realidad.

M.M.A.

Declaratoria de Autenticidad

Yo, Dolores Coronado Zarate con D.N.I 47870900, Dominga Anali Menor Vilchez con D.N.I. N°48501420, Ericka Rosmery Mogollón Adanaqué con D.N.I. 47772775 Y Mirian Janett Mogollón Adanaqué con D.N.I. 45843970 a efectos de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales y contables de la Escuela de Contabilidad, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veras y autentica.

Así mismo declaro también bajo juramente que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad Cesar Vallejo.

Chiclayo, Diciembre 2017



FIRMA

Dolores Coronado Zarate
DNI: 47870900



FIRMA

Dominga Anali Menor Vilchez
DNI: 48501420



FIRMA

Ericka Rosmery Mogollón Adanaqué
DNI: 47772775



FIRMA

Mirian Janett Mogollón Adanaqué
DNI: 45843970

Presentación

Señores miembros del jurado calificador; cumpliendo con las disposiciones establecidas en el reglamento de grado y títulos de la Universidad César Vallejo; pongo a vuestra consideración la presente investigación titulada “**Estrategia Comercial para Incrementar la Rentabilidad de la Empresa Grupo Agrobien SAC, Jaen 2016**”, con la finalidad de optar el grado de bachiller en: Contabilidad.

La investigación está dividida en seis capítulos:

I. INTRODUCCIÓN. Se considera la realidad problemática, trabajos previos, teorías relacionadas al tema, formulación del problema, justificación del estudio, hipótesis y objetivos de la investigación.

II. MÉTODO. Se menciona el diseño de investigación; variables, operacionalización; población y muestra; técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad y métodos de análisis de datos.

III. RESULTADOS. En esta parte se menciona las consecuencias del procesamiento de la información.

IV. DISCUSIÓN. Se presenta el análisis y discusión de los resultados encontrados durante la tesis.

V. CONCLUSIONES. Se considera en enunciados cortos, teniendo en cuenta los objetivos planteados.

VI. RECOMENDACIONES. Se precisa en base a los hallazgos encontrados.

REFERENCIAS. Se consigna todos los autores de la investigación.

ANEXOS

ÍNDICE

Acta de Sustentación	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Presentación	vi
ÍNDICE	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática.....	12
1.2. Trabajos previos	13
1.3. Teorías relacionadas al tema	15
1.4. Formulación del problema	20
1.5. Justificación del estudio	20
1.6. Hipótesis.....	20
1.7. Objetivos	20
II. MÉTODO	21
2.1. Diseño de investigación	21
2.2. Variables, operacionalización	21
2.3. Población y muestra, selección de la unidad de análisis	22
2.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	22
2.5. Métodos de análisis de datos	23
2.6. Aspectos éticos.....	23
III. RESULTADOS	25

IV. DISCUSIÓN.....	28
V. CONCLUSIONES.....	29
VI. RECOMENDACIONES.....	30
VII. REFERENCIAS.....	31
VIII. ANEXOS.....	34
ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD.....	40
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV.....	41
AUTORIZACIÓN FINAL DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de Variables.....	22
Tabla 2. Respuesta de la entrevista.....	25
Tabla 3. Resultado de ROA.....	26
Tabla 4. Resultado de Rentabilidad de venta (Margen Bruto).	26
Tabla 5. Resultado de Rentabilidad de venta (Margen Neto).....	27
Tabla 6. Resultado ROA.....	27
Tabla 7. Resultado de rentabilidad de capital Propio	27

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal Proponer una estrategia comercial que permita incrementar la rentabilidad de la empresa Grupo Agrobien S.A.C Jaén 2016, cuyo enfoque de la investigación es cuantitativa, con diseño no experimental y con alcance descriptivo.

Se aplicó las técnicas de, entrevista y análisis documental para confirmar la veracidad de la información brindada, la muestra que se consideró para la presente investigación fue la totalidad de la población que son los 8 colaboradores de la empresa Grupo Agrobien SAC.

De los resultados en la presente investigación se concluye que la empresa tiene una rentabilidad sobre sus ventas muy baja y no le permite crecer, ya que sus lo que obtiene durante un ejercicio económico solo cubre los gastos básicos de esta.

.

Palabras Claves: Estrategias, Rentabilidad.

ABSTRACT

The main objective of this research work is to propose a commercial strategy that will increase the profitability of the company Grupo Agrobien S.A.C Jaén 2016, whose research focus is quantitative, with a non-experimental design and with a descriptive scope.

The interviewing techniques and documentary analysis were applied to confirm the truthfulness of the information provided, the sample that was considered for the present investigation was the totality of the population that are the 8 collaborators of the company Grupo Agrobien SAC. From the results in the present investigation it is concluded that the company has a very low profitability on its sales and does not allow it to grow, since what it obtains during a financial year only covers the basic expenses of this.

Keywords: Strategies, Profitability.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

La principal actividad económica en la Provincia de Jaén es la agricultura, y dentro de esta, el café; que es la actividad con mayor énfasis. Así tenemos que en los últimos años la producción y la productividad han aumentado considerablemente ayudado por la tecnificación y principalmente por el uso de fertilizantes.

Teniendo en cuenta la gran demanda de fertilizantes para el cultivo de café, han proliferado las tiendas que ofrecen fertilizantes, al punto que se tiene un exceso de oferta que han ocasionado una reducción en los márgenes de rentabilidad en las empresas comercializadoras de fertilizantes.

Detallamos las causas y efectos que ocasionan la disminución de los márgenes de rentabilidad de la empresa Grupo Agrobien SAC en la provincia de Jaén: La Competencia Desleal, es una de las causas dado que muchas empresas con el afán de vender más y hacerse reconocidas en el mercado, practican estrategias poco saludables para su rentabilidad, trayendo como consecuencia la reducción del margen de ganancia, y muchas veces no se dan cuenta que es nocivo para la rentabilidad de su propia empresa y las demás.

Otra de las causas es, la dependencia de marcas de proveedores que ofrecen el mismo producto a todas las empresas del rubro de comercialización de fertilizantes, éstas al ofrecer el mismo producto y en su afán de vender más reducen el precio; por lo tanto reduce el margen de rentabilidad para todas las empresas del mismo rubro.

Además no existe organización de las empresas dedicadas a la comercialización de fertilizantes por lo tanto el precio y el margen de ganancia lo fija cada una de ellas.

La empresa Grupo Agrobien SAC, ubicada en la calle Mariscal castilla N° 1606 – Sector pueblo libre, de la provincia de Jaén, región Cajamarca, dedicada a la comercialización de fertilizantes; viene enfrentando estas dificultades tales como:

Los márgenes de ganancia de la empresa Grupo Agrobien SAC se han reducido del 35% en año 2012 a 8% en el año 2016.

Es así que la empresa Grupo Agrobien SAC es afectada con la reducción de sus márgenes de ganancia.

1.2 Trabajos previos

1.2.1 Internacionales

En la Revista Actualidad Contable Faces en el año 2001, cuyo autor es Morillo, Marisela perteneciente a la Universidad de los Andes (Venezuela) en el que se encuentra el trabajo “Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos”.

La conclusión de dicho trabajo es: el sistema de costos ayuda planificar, medir y controlar los costos en una empresa a cualquier nivel, para la toma de decisiones incrementando la rentabilidad financiera, debido que el mejoramiento continuo depende del comportamiento de las variables, el uso racional de recursos y el perfeccionamiento del valor y diferenciación del producto.

La economía del occidente están tomando modelos japoneses exitosos, mediante la minimización de costos se maximizan los beneficios. En Japón se racionaliza, por ejemplo al trabajador se le concientiza de la crisis que esta viviendo su empresa y aceptar ser retirado hasta que la empresa se recupere. Es por eso que antes de reducir costos se debe racionalizar y aplicar el principio de necesidad para evitar disminuir la calidad del producto.

El lograr el éxito no depende del tecnicismo sino que es necesario factores motivacionales y grupales (Cagliolo,1997), así mismo depende de la originalidad de la idea. Además, es necesario evitar que los clientes se sientan amenazados por las medidas de reducción de costos de la empresa.

OPINIÓN:

Es interesante porque ayuda a las empresas a tener una idea más clara e implantar estrategias, de cómo y de qué manera generar más rentabilidad, particularmente a esta investigación ayudará a escoger una estrategia que esté de acorde a la realidad.

1.2.2. Nacionales

En la Tesis del Año 2008, y cuyo autor es Burgoa Aranibar, Daniel Alejandro perteneciente a la Universidad Peruana De Ciencias Aplicadas (Lima) se encontró el trabajo Plan estratégico para la comercialización de las galletas La Francesa SA. En el Perú.

En esta investigación se muestra un análisis del impacto de las variables económicas, demográficas, culturales y legales. Así también se indaga el mercado de galletas y sus proyecciones, los consumidores y competidores de dicho producto.

El mercado a sido dividido de acuerdo a los diferentes tipos de galletas, según las preferencias que tienen los consumidores y las características de cada una de esas. Se realizó la prueba de productos así como también entrevistas, encuestas y discusiones guiadas. De lo cual se obtuvo los productos y presentaciones más convenientes para ser inmersas en el mercado. Es importante crear una marca y hacer conocer los beneficios y los productos principales que la marca introducirá, de tal manera que permita ingresar más variedades fácilmente.

OPINIÓN:

Se concluye que para mejorar la rentabilidad de una empresa es importante implementar estrategias como es la marca y calidad del producto.

1.3 Teorías Relacionadas al Tema

1.3.1. Estrategias comerciales

Estrategia.- Porporatto (2015) es un conjunto de acciones articuladas entre sí, en el cual permite planificar y tomar buenas decisiones.

Comercio.- Economipedia (2017) Es el intercambio de bienes y/o servicios de igual valor, donde exista la oferta y la demanda, así como también el intercambio de bienes y servicios con dinero.

Estrategia comercial.- Chávez (2014) Es un conjunto de procedimientos que debe emplear una empresa para llevar un producto competitivo al mercado donde permita tener mayor rentabilidad.

Estrategias de Marketing de una Empresa Comercial

Según **Designed by Elegant Themes (2016)** “las estrategias de marketing de una empresa Comercial son:

Transmitir el mensaje de la empresa. El marketing online o tradicional, sigue teniendo como objetivo, hacer llegar el mensaje de tu empresa al mayor número posible de personas.

Posicionarse en la mente del consumidor. Otro de los objetivos del marketing, es que tu marca o producto sea lo primero que les venga a la cabeza a los consumidores cuando piensen en el tipo de servicio o categoría de producto que tu empresa ofrece o vende. Por ejemplo, Apple ha conseguido que cuando alguien piense en reproductores de Mp3, lo primero que aparezca en sus mentes sea el iPod.

Aumentar las ventas. Todos estos esfuerzos para crear tu marca y posicionarte en la mente de tus potenciales clientes, al mismo tiempo, deben materializarse de manera que las ventas de tu empresa crezcan considerablemente.

Otros ejemplos de objetivos de marketing pueden ser: dar a conocer nuevos productos, lograr una mayor cobertura o exposición de los productos, etc.”

Según el marco teórico de varios autores llego a la conclusión que:

Las empresas comercializadoras que implementan estrategias, controlan sus gastos, generan más margen por producto (reducción de costos) y aumentan la frecuencia de ventas tendrán más rentabilidad.

El éxito empresarial no sólo está relacionado con tener una empresa que comercialice bienes o servicios sino también en contar con una marca patentada ya que aparte de ser utilizada como estrategia de marketing es un intangible que tiende a aumentar su valor y ayudar en la rentabilidad de las empresas.

Marca.- Porto y Merino (2014), es una imagen o símbolo que sirve para distinguirse un producto o servicio.

Transparencia de procesos.- todos los procesos en una empresa deben estar claramente definidos y documentados.

Pecios preferenciales.- Bañuelos 2012, es ofrecido al cliente como un beneficio por cumplir con sus pagos en las fechas indicadas, es decir por cumplir las reglas de la empresa.

Descuento.- Porto y Gardey (2017), consiste en rebajar un precio en un determinado momento, cuyo beneficiario es el cliente.

Precio del producto.- porto y merino (2009), es el valor qque se le asigna a cada producto y/o servicio para luego ser ofrecidos en el mercado.

Preferencia del producto.- Porto y Gardey (2013), viene a ser el grado de aceptación de un bien o servicio en el mercado.

1.3.2. Rentabilidad

Definición de Rentabilidad.

Según **Economipedia (2017)**, señala que la rentabilidad hace referencia a los beneficios que se han obtenido en una inversión que se realizó anticipadamente. Se divide en dos tipos de rentabilidad:

Rentabilidad económica.-hace referencia a un beneficio promedio de la empresa por el total de las inversiones realizadas.

Rentabilidad financiera.-hace referencia al beneficio que se lleva cada uno de los socios de una empresa.

Definición de alternativas para incrementar la rentabilidad

En conclusión las alternativas para incrementar la rentabilidad, son estrategias que una empresa debe implementar para elevar sus beneficios económicos y financieros.

Coach para Empresa (2016) en su blog, ¿cómo aumentar la rentabilidad de un negocio?, propone las siguientes estrategias:

Incrementar los precios es la más fácil de todas las estrategias, solo considera que pueden bajar un poco las ventas por ese concepto y el efecto final debe ser más utilidad total; Los productos y servicios que vendes deben tener mayores márgenes, entonces ¿ya los estas midiendo por separado?; Si vendes solo calidad = mayores márgenes; ¿Crear tu propia marca?; Una marca exclusiva; Reduce los recursos innecesarios (de personal y materiales); Incentivos a personal con base en margen en vez de ventas; Elimina duplicidades; Elabora presupuestos de gastos y respétalos; Compras solo con orden de compra (siguiendo un proceso), Recicla; Haz las cosas bien a la primera; Vende por consignación; Vende mercancía de mucha rotación; Reduce los costos 10% en todo; Fabrica tú mismo; Promueve la utilización de tiempos muertos de gente y equipos, así como de capacidad de producción ociosa; Renta espacios útiles de los que puedas prescindir; Trabaja 2 o 3 turnos para aprovechar mejor la capacidad instalada; Ten distribuidores más pequeños; Refinancia a más largo plazo; Cobra por los financiamientos a tus clientes; La tecnología es una gran herramienta de productividad, aprovéchala; Sistematiza rutinas y humaniza excepciones.

Prueba cada estrategia y mide los resultados, para que de esta manera se pueda controlar si esa estrategia está funcionando o debe ser modificada o eliminarla cuanto antes. Y recuerda que aunque puedes encontrar referencias del mercado en cuanto al margen de utilidad, enfócate en mejorar el tuyo continuamente y tu negocio seguro prosperará.

Lehmann (2011). Existen tres caminos para mejorar la rentabilidad en las organizaciones:

Procurar un estricto control de los gastos: implica tener en cuenta que las empresas viven de lo que producen, no de lo que ahorran. Esta alternativa permite optimizar los ingresos.

Mejorar los márgenes por producto: requiere la sensibilidad para medir de manera constante lo que ocurre en el mercado. Esta es la alternativa ideal, pero no hay que olvidar que la competitividad actual hace que las posibilidades para mejorar los márgenes sean cada vez menores.

Aumentar la frecuencia de ventas (Generación de Flujo de Dinero o Aumento de la Rotación): significa vender más, en el mismo tiempo, con la misma estructura y la misma inversión. Este es el camino que toman hoy las organizaciones, las que, además, ponen mucha atención en el control efectivo de los gastos.

Ardán (2007) Concluye que el reconocimiento de que conseguir ser empresa de Alta Rentabilidad es una tarea compleja, pero ni mucho menos imposible. Es una tarea al alcance de muchas empresas, como mínimo entre el doble y el triple de las que lo son habitualmente, que no suelen superar el 2% del total. El problema fundamental es que muchas empresas no lo consiguen porque parten de la premisa de que los condicionantes estructurales los superan.

Realmente es muy difícil conseguir la Alta Rentabilidad haciendo lo mismo que los demás. El secreto está en crear valor para los clientes. Ese valor debe ser diferencial con respecto al que pueden proponer otros agentes que operen en el mismo ámbito de negocio.

El primer paso consiste en creérselo, es decir, en asumir unos principios, una filosofía de cambio que fije las bases de que es posible alcanzar la Alta Rentabilidad. A continuación, es necesario desarrollar una energía que impulse la transformación y activar los mecanismos que posibilitan la creación de valor. Es necesario estar abierto al aprendizaje y, en consecuencia, entender a los clientes y a los agentes que nos abren las puertas hacia la creación de valor.

El siguiente movimiento consiste en desarrollar una proposición de valor que resulte adecuada, para ello, es necesario “escuchar” al entorno y liberar las competencias de nuestra empresa desarrollando las estrategias precisas para alcanzar y sostener la alta rentabilidad.

Ratio de Rentabilidad General (ROA).- Luis G. (2018), Mide la capacidad que tiene una empresa para obtener beneficios sobre sus activos.

Formula: $(\text{Resultado de Explotacion}/\text{Activos Totales Medios}) \times 100$

Ratio de Rentabilidad del Capital Propio (ROE).- Luis G. (2018), Mide la eficiencia que tiene los activos que tiene la empresa en comparación con la utilidad neta , es decir la rentabilidad que obtendrá la empresa sobre sus recursos empleados.

Formula: $(\text{Utilidad Neta}/\text{Patrimonio Neto}) \times 100$

Ratio de Rentabilidad del capital total.- Luis G. (2018), Mide que tan rentable es su capital aportado en comparación con los resultados obtenidos en el periodo.

Formula: $(\text{Beneficio Neto}/\text{Fondos Propios} + \text{Deuda Financiera}) \times 100$

Ratio de Rentabilidad de Ventas.- Luis G. (2018), Mide la capacidad que tiene la empresa para generar ganancia con respecto a cada sol vendido.

Se divide en dos ratios:

Margen Bruto:

Formula: $((\text{Ventas}-\text{Costo de Ventas})/\text{Ventas}) \times 100$

Margen Neto:

Formula: $(\text{Resultado Neto}/\text{Ventas Netas}) \times 100$

1.4 Formulación del Problema

¿De qué manera la estrategia comercial permitirá incrementar la rentabilidad en la empresa Grupo Agrobien SAC, Jaén, 2016?

1.5 Justificación del Estudio

1.5.1 Justificación científico

Esta investigación está orientada para el aporte de ideas y fuente consulta para futuros investigadores que deseen saber sobre sobre estrategias comerciales para el incremento de la rentabilidad en una empresa.

1.5.2 Justificación social

Busca beneficiar a todos los colaboradores de la empresa, permitiendo mejorar la calidad de vida de ellos y la de su familia, así mismo generar más recaudación de impuestos para el estado.

1.5.3 Justificación institucional

Permite a la empresa obtener mayor rentabilidad a través de la aplicación de la estrategia comercial, y por ende ser más competitiva en el mercado.

1.6 Hipótesis

Con la estrategia comercial se incrementará la rentabilidad de la empresa Grupo Agrobien S.A.C, Jaén 2016.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo general:

Proponer una estrategia comercial que permita incrementar la rentabilidad de la empresa Grupo Agrobien S.A.C Jaén 2016.

1.7.2 Objetivos Específicos:

- ✓ Identificar las estrategias Comerciales que aplica la empresa Grupo Agrobien S.A.C.
- ✓ Analizar la rentabilidad de la empresa Grupo Agrobien SAC, Jaén 2016.
- ✓ Elaborar la estrategia comercial para incrementar la rentabilidad de la empresa Grupo Agrobien S.A.C.

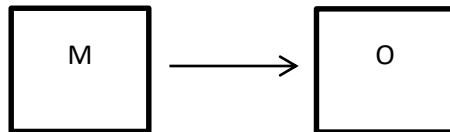
II. MÉTODO

2.1 Diseño de Investigación

Tipo de investigación es Descriptiva.- porque describe hechos tal y como se encuentra la variable de estudio.

Diseño de una sola casilla: Consiste en seleccionar la muestra sobre la realidad problemática que se desea investigar.

Diseño No Experimental, de corte transversal, porque la información es recogida una base de periodo de tiempo específico.



Dónde:

M: Representa la muestra (Empresa Grupo Agrobien SAC)

O: Representa lo que observamos (Resultado)

2.2 Variables, Operacionalización

Tabla 1. Operacionalización de Variables.

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	TEC. DE RECOLECCIÓN DE DATOS
INDEPENDIENTE Estrategias Comerciales	COMPRAS	<ul style="list-style-type: none"> - Marca Propia. - Transparencia de Procesos - Precios Preferenciales. - Descuentos 	Entrevista y Análisis Documental
	VENTAS	<ul style="list-style-type: none"> - Precio de Producto - Preferencia del producto - Rentabilidad del Producto. 	
DEPENDIENTE Rentabilidad	RATIOS	<ul style="list-style-type: none"> - ROA - ROE - Rentabilidad del capital total. - Rentabilidad de ventas. 	Análisis Documental

2.3 Población y Muestra, Selección de la Unidad de Análisis

2.3.1 Población.

La población está conformada por todos los colaboradores de la empresa Grupo Agrobien SAC, dedicada a la comercialización de fertilizantes ubicada en la provincia de Jaén, región Cajamarca.

2.3.2 Muestra.

La unidad de estudio para el presente trabajo de investigación está constituida por el total de la población que viene a ser los 8 colaboradores de la empresa Grupo Agrobien SAC.

2.4 Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnicas.

2.4.1.1 **Análisis documental.** Esta técnica nos permitió analizar el Estado Situación Financiera y Estado de Resultados de la Empresa Grupo Agrobien S.A.C.

2.4.1.2 **Entrevista.** Esta técnica se utilizó para realizar una entrevista al gerente de la empresa Grupo Agrobien SAC con la finalidad de conocer las estrategias comerciales que ésta aplica.

2.4.2 Instrumentos.

2.4.2.1 **Guía de análisis documental.** Este documento se utilizó para el análisis de la información, se emplearon los indicadores de rentabilidad.

2.4.2.2 **Cuestionarios.** se elaboró una guía de entrevista que constó de siete preguntas de tipo abiertas con un lenguaje adecuado para ser comprendido fácilmente por el entrevistado donde permitió identificar las estrategias comerciales que la empresa viene aplicando.

2.4.3 Validez.

La guía de análisis documental y la guía de entrevista fueron validados por dos profesionales expertos en el tema con título de contador público y con grado de magister, quienes emitieron sus juicios con su aprobación y respectiva firma para dar mayor conformidad y fiabilidad a los instrumentos para la recolección de datos.

2.5 Métodos de Análisis de Datos

De acuerdo a la información recolectada según los instrumentos para el procesamiento de datos se realizó a través de Microsoft Excel lo cual facilitó la obtención de tablas.

2.6 Aspectos Éticos

2.6.1 Confidencialidad.

La totalidad de la información recopilada en la presente investigación es utilizada sólo para fines académicos, en el cual la identidad de cada uno de los encuestados se mantiene en reserva.

2.6.2 Objetividad.

Para la presente investigación se aplicó el método de la investigación científica, los resultados se basan en hechos reales.

2.6.3 Originalidad.

Para evitar plagio en la presente investigación se citó a cada autor de acuerdo a las normas APA.

2.6.4 Veracidad.

La información que contiene la investigación es auténtica.

III. RESULTADOS

3.1.1 Identificar las estrategias Comerciales que aplica la empresa Grupo Agrobien S.A.C.

Para la identificación de las estrategias comerciales se aplicó una entrevista dirigida al gerente de la empresa, el cual se obtuvo las siguientes respuestas:

Tabla 2. Respuesta de la entrevista.

N°	PREGUNTAS DE GUIA DE ENTREVISTA	RESPUESTA DEL GERENTE DE LA EMPRESA GRUPO AGROBIEN SAC
1	¿Cuenta con una marca propia?	No cuento con una marca actualmente.
2	¿Para adquirir su mercadería ¿tiene definido todo el proceso desde el pedido hasta el almacenaje?	Si, contamos con personal encargado de todas las operaciones, desde el pedido hasta el almacenaje.
3	¿Cuenta con precios preferenciales por parte de su proveedor?	No porque a todos los distribuidores nos dan al mismo precio, por ser una marca muy comercial en el mercado
4	¿Siempre alcanza grandes descuentos al momento de adquirir su mercadería?	No, porque el único beneficio de se tiene es el crédito.
5	El precio de venta del producto ¿es fijado en base al costo o se fija de acuerdo a la competencia?	Se fija de acuerdo a la competencia, debido a que todos vendemos el mismo producto no podemos diferenciarnos en precios.
6	Los productos que usted ofrece ¿tienen acogida en el mercado? Comente.	Si, están bien posicionados en el mercado esos productos.
7	El margen de utilidad de sus productos ¿Cumple con sus expectativas? Si o no ¿porque?	Solo alcanza para mantenernos en el mercado, se gana mínimo siendo distribuidor.

Interpretación:

En la entrevista realiza al gerente de la empresa nos indica que, no cuentan con una marca patentada, no tiene precios preferenciales al momento de realizar la compra de mercadería, el precio de venta es fijado de acuerdo a la competencia y las ganancias que obtienen son muy bajas ya que solo alcanza para mantener en marcha a la empresa.

3.1.2. Analizar la rentabilidad de la empresa Grupo Agrobien SAC, Jaén 2016.

Con el fin de Analizar la rentabilidad de la empresa Grupo Agrobien SAC, Jaén 2016, se solicitó los estados financieros al gerente de la empresa para su respectivo análisis, en el cual se llegó al siguiente resultado.

Cálculo del ROE

Tabla 3. Resultado de ROA.

RATIO	FÓRMULA	RESULTADO
ROE	$(\text{Utilidad Neta}/\text{Patrimonio Neto}) \times 100$	11.10%

Interpretación:

El capital invertido que tiene la empresa obtiene una rentabilidad de 11.10% anual.

Rentabilidad de Venta (Margen Bruto)

Tabla 4. Resultado de Rentabilidad de venta (Margen Bruto).

RATIO	FÓRMULA	RESULTADO
Rentabilidad de venta (Margen Bruto)	$((\text{Ventas}-\text{Costo Ventas})/\text{Ventas}) \times 100$	de 7.86%

Interpretación:

La empresa obtiene como margen comercial el 7.86% de sus ventas

Rentabilidad de Venta (Margen Neta)

Tabla 5. Resultado de Rentabilidad de venta (Margen Neto).

RATIO	FÓRMULA	RESULTADO
Rentabilidad de venta (Margen Neto)	$(\text{Resultado Neto}/\text{Ventas Netas}) \times 100$	2%

Interpretación:

La rentabilidad neta de las ventas es el 2%, lo que viene hacer muy bajo para el rubro de la empresa en estudio.

Tabla 6. Resultado ROA.

RATIO	FÓRMULA	RESULTADO
ROA	$(\text{Resultado de Explotación}/\text{Activos Totales Medios}) \times 100$	6.53%

Interpretación:

La rentabilidad del activo es 6.53% al año, el cual es considerado bajo.

Tabla 7. Resultado de rentabilidad de capital Propio

RATIO	FÓRMULA	RESULTADO
Rentabilidad de capital propio	$(\text{Beneficio Neto}/\text{Fondos Propios} + \text{Deuda Financiera}) \times 100$	6.44%

Interpretación:

La rentabilidad de capital propio de la empresa es 6.44%, considerablemente bajo para este rubro.

3.1.3. Elaborar la estrategia comercial para incrementar la rentabilidad de la empresa Grupo Agrobien S.A.C.

La estrategia que se consideró para el presente trabajo de investigación es que la empresa Grupo Agrobien SAC debe desarrollar y patentar una marca que le permita vender productos, diferenciarse de la competencia y manejar sus propios márgenes comerciales.

IV. DISCUSIÓN

Según el estudio realizado en esta investigación se observa que existen deficiencias en la aplicación de deficiencias comerciales Grupo Agrobien S.A.C; por esta razón se propuso como estrategia comercial desarrollar y patentar una marca para la comercialización de sus productos.

De los resultados obtenidos en el primer objetivo específico Identificar las estrategias Comerciales que aplica la empresa Grupo Agrobien S.A.C. se aplicó una entrevista al gerente de la empresa en estudio.

Por lo se identificó que la empresa no cuenta con estrategias comerciales En la entrevista realiza al gerente de la empresa nos indica que, no cuentan con una marca patentada, no tiene precios preferenciales al momento de realizar la compra de mercadería, el precio de venta es fijado de acuerdo a la competencia y las ganancias que obtienen son muy bajas ya que solo alcanza para mantener en marcha a la empresa.

Ante los resultados obtenidos se contrasta con los resultados obtenidos de la investigación de Morillo (2001), donde concluye que el éxito de una empresa depende de la originalidad de una idea.

Ante el segundo objetivo específico Analizar la rentabilidad de la empresa Grupo Agrobien SAC, Jaén 2016, se pudo determinar que la empresa no es rentable, debido a que las ganancias que obtiene solo cubre los gastos para que esta se mantenga en marcha.

Lo mencionado en el párrafo anterior concuerda con Aranibar y Alejandro (2008), donde concluyen que para mejorar la rentabilidad de una empresa, es necesario implementar estrategias como es la marca y la calidad del producto.

Por tal razón con la finalidad de fortalecer las estrategias comerciales que la empresa aplica, se propone desarrollar y patentar una marca que le permita vender productos, diferenciarse de la competencia y manejar sus propios márgenes comerciales.

V. CONCLUSIONES

La empresa no cuenta con estrategias comerciales que le permite obtener mayor rentabilidad.

La empresa tiene una rentabilidad sobre sus ventas muy baja y no le permite crecer, ya que sus lo que obtiene durante un ejercicio económico solo cubre los gastos básicos de esta.

Una marca patentada, permitirá mejor su margen de rentabilidad, ya que con esto se logra posicionar en el mercado y vender sus propios productos.

VI. RECOMENDACIONES

Definir con claridad, que estrategia comercial se debe implementar, para la obtención de mayor margen y por ende ser competitivos.

Reducir costos en las compras de mercadería para obtener mayor rentabilidad en sus ventas.

Patentar su propia marca, envasar y comercializar los productos con esta.

VII.REFERENCIAS

- Andrade Simón (2012)** Diccionario de Economía, Tercera Edición, de, Editorial Andrade, Págs. 245 y 246.
- ARDÁN, (2007).** Estrategias para alcanzar y mantener la alta rentabilidad la experiencia de las empresas de alto rendimiento. Recuperado de: http://www.ardan.es/ardan/mejorespracticasp/publicaciones/publicacion_ar.pdf.
- Bañuelos S (2012), precio preferencial y precio de lista, recuperado de:** <http://t21.com.mx/opinion/arte-cobrar/2012/09/26/precio-preferencial-precio-lista>
- Burgoa Aranibar, Daniel Alejandro. (2008).** Plan estratégico para la comercialización de las galletas La Francesa SA (Tesis de Maestría).Recuperado de: <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/273798/2/DBurgoa.pdf>.
- Buenastareas.com,(2016)** “Definición de Empresa Comercial” recuperado de <http://www.buenastareas.com/ensayos/DefiniciondeEmpresaComercial/7067394.html>.
- Designed by Elegant Themes (2016)** “Tips de Estrategias de Marketing” recuperado de <http://www.smartupmarketing.com/tips-de-estrategias-de-marketing/>.
- Designed by Patenta Perú (2014)** “Preguntas Frecuentes Marcas” recuperado de <http://www.patentaperu.com/marcas.html>.
- Edmund Jerome McCarthy, (1974)** Comercialización: un enfoque gerencial Edición 4, reimpressa Editor El Ateneo, 1974.
- Economipedia 2017,** comercio, recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/comercio.html>
- International Trademark Association© (2016),**”marcas y Patentes en el Perú y el Mundo” recuperado de <http://www.estudiodelion.com.pe/paginas/preguntas.htm>.
- Karen C (2014),** economía y finanzas internacionales, estrategias comerciales, recuperado de: <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/14->

competitividad/217-para-entender-ampliamente-el-concepto-de-estrategias-comerciales-es-importante-desglosarlo

Lehmann Niklison Francisco. (2011, Mayo 5). 3 formas para medir y mejorar la rentabilidad. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/3-formas-medir-mejorar-rentabilidad/>

Luis G (2017, Agosto), Éxito bursátil, ¿Qué son y cómo Calcular los Ratios de Rentabilidad?, recuperado de: <https://www.exitobursatil.com/que-son-y-como-calcular-los-ratios-de-rentabilidad/>

Miembros Y Asociados De La Camara Nacional De Comercio Ciudad De México (2016) “Beneficios de proteger los Signos Distintivos, Invenciones y Diseños” recuperado de http://www.oepm.es/es/propiedad_industrial/proteccion/beneficios_de_proteger_signos_distintivos_invenciones_y_disenos.html.

Monografías .com (2016), “Definición de empresas” recuperado de: <http://definicion.de/empresa/>.

Monografias.com(2016) “Características y tipos de empresas” recuperado de http://www.monografias.com/trabajos75/caracteristicas-tipos-empresas/caracteristicas-tipos_empresas.shtml#ixzz4BgqxB6Ag.

Mònica P (2015, Julio), Definición estrategia, recuperado de: <https://quesignificado.com/estrategia/>

Moreno Mejía Leonel Jaime. (2013, Noviembre 25). Cómo aumentar las ventas, las utilidades y la rentabilidad. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/como-aumentar-las-ventas-las-utilidades-y-la-rentabilidad/>

Morillo, (2001). Rentabilidad Financiera y reducción de Costos. “Actualidad Contable Faces”, vol. 4, (núm. 4), pp 35-48. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/257/25700404.pdf>.

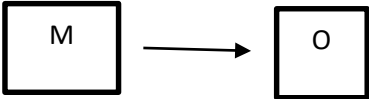
Porto J y Merino M (2014), definición de marca, recuperado de <https://definicion.de/marca/>

Porto J y Gardey (2017), definición de descuento, recuperado de:
<https://definicion.de/descuento/>

Real Academia Española (2016) “Diccionario” recuperado
de <http://dle.rae.es/?w=diccionario>.

VIII. ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de consistencia

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variab les	Metodología	Población
¿De qué manera la estrategia comercial permitirá incrementar la rentabilidad en la empresa Grupo Agrobien SAC, Jaén, 2016?	<p>1.7.3 Objetivo general:</p> <p>Proponer una estrategia comercial que permita incrementar la rentabilidad de la empresa Grupo Agrobien S.A.C Jaén 2016.</p> <p>1.7.4 Objetivos Específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar las estrategias Comerciales que aplica la empresa Grupo Agrobien S.A.C. - Analizar la rentabilidad de la empresa Grupo Agrobien SAC, Jaén 2016. - Elaborar la estrategia comercial para incrementar la rentabilidad de la empresa Grupo Agrobien S.A.C. 	Con la estrategia comercial se incrementará la rentabilidad de la empresa Grupo Agrobien S.A.C, Jaén 2016.	<p>Variabl e 1:</p> <p>Estrateg ia Comerc ial</p> <p>Variabl e 2:</p> <p>Rentabil idad</p>	<p>Tipo de investigación es Descriptiva</p> <p>Diseño No Experimental, de corte transversal, porque la información es recogida una base de periodo de tiempo específico.</p> <div style="text-align: center;">  <p>Dónde:</p> <p>M: Representa la muestra (Empresa Grupo Agrobien SAC)</p> <p>O: Representa lo que observamos (Resultado)</p> </div>	<p>La población está conformada por todos los colaboradores de la empresa Grupo Agrobien SAC</p> <p>La unidad de estudio para el presente trabajo de investigación está constituida por el total de la población que viene a ser los 8 colaboradores de la empresa Grupo Agrobien SAC</p>

ANEXO 2: Instrumentos de recolección de datos

GUÍA DE ENTREVISTA

Aplicado al gerente de empresa Grupo Agrobien SAC, ubicada en la Av. Mariscal Castilla Nro. 1606, Jaén Cajamarca.

1. ¿Cuenta con una marca propia?
2. ¿Para adquirir su mercadería ¿tiene definido todo el proceso desde el pedido hasta el almacenaje?
3. ¿Cuenta con precios preferenciales por parte de su proveedor?
4. ¿Siempre alcanza grandes descuentos al momento de adquirir su mercadería?
5. El precio de venta del producto ¿es fijado en base al costo o se fija de acuerdo a la competencia?
6. Los productos que usted ofrece ¿tienen acogida en el mercado? Comente.
7. El margen de utilidad en cual vende sus productos ¿Cumple con sus expectativas? Si o no ¿porque?

ANEXO 3: Estado de Situación Financiera

AGROBIEN SAC

Av. Mariscal Castilla N°1606 - Jaén - Jaén - Cajamarca

RUC N° 20480123299

EJERCICIO: 2016

FORMATO 3.1 : "LIBRO DE INVENTARIOS Y BALANCES - BALANCE GENERAL"

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016

(Expresado en Nuevos Soles)

EJERCICIO O PERIODO 2016

EJERCICIO O PERIODO 2016

Nota	ACTIVO		Nota	PASIVO	
	ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE	
04	EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFFECTIVO	S/. 16,937.22	11	TRIB. Y APORT. AL SIST. PENS. Y SALUD X PAGA	S/ 10,799.39
	- Caja	307.05		Impuesto a la renta 3ra Categ	-
	- Bancos Ctas Ctes	16,630.17		Impuesto a la renta Retenc. 5ta Categ	4,679.00
05	CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES	381,926.98		ESSALUD	2,523.00
06	PRESTAMOS AL PERSONAL	130,000.00		AFP	3,597.39
06	ENTREGAS A RENDIR CUENTA		12	CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES	S/ 492,788.64
07	CUENTAS POR COBRAR DIVERSAS	207,700.71		- Facturas por Pagar	5,108.25
	-Aporte de capital (Agrosomax Coffee)	3,000.00		- Letras por Pagar	487,680.39
	-Préstamos a Terceros	204,700.71		- Honorarios por Pagar	
08	MERCADERIAS	219,073.45		- Anticipos Otorgados	
08	CESTOS RECOLECTORES	14,512.20	11	CUENTAS POR PAGAR DIVERSAS	S/ 4,012.68
08	POLOS	1,807.00		-Remuneraciones por Pagar	408.75
08	ENVASES	17,059.11		-Gratificaciones por Pagar	
09	INVERSIONES MOBILIARIAS	528,948.00		-Vacaciones por Pagar	
07	INMUESTO A LA RENTA	-		-Compensación por Tiempo de Servicios	3,603.93
	-Pagos adelantados I. Renta		13	OBLIGACIONES FINANCIERAS	234,276.17
	-ITAN 2016			TOTAL PASIVO CORRIENTE :	S/ 741,876.88
	TOTAL ACTIVO CORRIENTE:	S/. 1,517,964.67		PASIVO NO CORRIENTE	
	ACTIVO NO CORRIENTE			OBLIGACIONES FINANCIERAS	327,419.10
10	INMUEBLES MAQUINARIA Y EQUIPO	466,544.35		TOTAL PASIVO NO CORRIENTE :	S/ 327,419.10
	- Terrenos y Edificaciones	408,398.45		TOTAL PASIVO :	S/. 1,069,295.98
	- Muebles y Enseres	10,650.00			
	- Unidades de Transporte	11,944.90	14	PATRIMONIO	
	- Equipos Diversos	22,217.67		Capital Social	951,442.32
	- Software Contable	3,333.33		Aportes	
	-Maquinaria y Equipo de Explotación	10,000.00		Resultados Acumulados	-261,427.86
	Menos:			Resultado del Ejercicio	86,219.00
10	DEPRECIACION Y AMORT. ACUMULADA	138,979.58		TOTAL PATRIMONIO :	S/. 776,233.46
	- Terrenos y Edificaciones	105,142.77		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO :	S/. 1,845,529.44
	- Muebles y Enseres	6,792.53			
	- Unidades de Transporte	10,977.54			
	- Equipos Diversos	12,900.09			
	-Maquinarias y Equipos de Explotación	1,750.00			
	- Amortización de Intangibles	1,416.65			
	TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE:	S/. 327,564.77			
	TOTAL ACTIVO :	S/. 1,845,529.44			

Jaén 31 de Diciembre del 2016


C.P.C. Elsigue Huaman Dargato
MAT. 04 - 2327


AGROBIEN S.A.C.
Alex M. Cortés Dargato
GERENTE

ANEXO 4: Estado de Resultados

AGROBIEN SAC

Av. Mariscal Castilla N°1606 - Jaén - Jaén - Cajamarca

RUC N° 20480123299

EJERCICIO: 2016

FORMATO 3.20: "LIBRO DE INVENTARIOS Y BALANCES - ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS POR FUNCIÓN DEL 01.01.2016 AL 31.12.2016"

ESTADO DEL RESULTADOS POR FUNCIÓN AL 31.12.2016

	<u>IMPORTES</u>
VENTAS NETAS	S/. 5,443,241.45
Menos:	
(-) COSTO DE VENTAS:	<u>5,015,566.27</u>
UTILIDAD BRUTA:	S/. 427,675.18
(-) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	(151,953.82)
(-) GASTOS DE VENTA	(155,142.12)
UTILIDAD OPERATIVA:	<u>S/. 120,579.24</u>
OTROS INGRESOS Y EGRESOS	
(+) OTROS INGRESOS GRAVADOS	
(+) OTROS INGRESOS NO GRAVADOS	
(+) INGRESOS FINANCIEROS GRAVADOS	<u>16,191.30</u>
(-) GASTOS FINANCIEROS	(17,021.74)
(-) GASTOS DIVERSOS	
UTILIDAD ANTES DEL REI DEL EJERCICIO:	<u>S/. 119,748.80</u>
UTILIDAD ANTES DEL IMPTO A LA RENTA:	<u>S/. 119,748.80</u>
IMPUESTO A LA RENTA (28%)	33,529.66
RESULTADO NETO DEL EJERCICIO:	<u>S/. 86,219.14</u>


C.P.C. Elsigue Huamán Delgado
MAT. 04 - 2327

Jaén, 31 de Diciembre del 2016


AGROBIEN S.A.C.
Aley M. Córdova Córdova
GERENTE

ANEXO 5: Validación de instrumentos

FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título del trabajo de investigación: "Estrategia comercial para incrementar la rentabilidad en la empresa Grupo

Agrobien SAC, Jaén, 2016"

Nombre de los estudiantes:

Dolores, Coronado Zarate

Dominga Anali, Menor Vilchez

Ericka Rosmery, Mogollón Adanaqué

Mirian Janett, Mogollón Adanaqué

Experto: Jairo Rodomiro Herrera Díaz

Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición, reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa(x) en el casillero correspondiente.

Nº	Indicadores	Definición	Excel ente	Muy bueno	Buen o	Reg ular	Defici ente
1	Claridad y precisión	Las preguntas están redactadas en forma clara y precisa, sin ambigüedades	x				
2	Coherencia	Las preguntas guardan relación con la hipótesis, las variables e indicadores del proyecto.		x			
3	Validez	Las preguntas han sido redactadas teniendo en cuenta la validez de contenido y criterio.	x				
4	Organización	La estructura es adecuada. Comprende la presentación, agradecimiento, datos demográficos, instrucciones		x			
5	Confiabilidad	El instrumento es confiable porque se aplicó el test-retest (píloto)	x				
6	Control de sesgo	Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas		x			
7	Orden	Las preguntas y reactivos han sido redactadas utilizando la técnica de lo general a lo particular	x				
8	Marco de Referencia	Las preguntas han sido redactadas de acuerdo al marco de referencia del encuestado: lenguaje, nivel de información.	x				
9	Extensión	El número de preguntas no es excesivo y está en relación a las variables, dimensiones e indicadores del problema.	x				
10	Inocuidad	Las preguntas no constituyen riesgo para el encuestado	x				

Observaciones: El instrumento reúne las condiciones para ser aplicado.

En consecuencia ¿el instrumento puede ser aplicado? Sí.

Fecha 10 de Octubre del 2017

HIPÓLITO MACALUPÚ INGA
COESP/E N° 1010
COLEGIO DE ESTADÍSTICOS DEL PERÚ


Firma del experto

DN: 1744358

FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Título del trabajo de investigación: "Estrategia comercial para incrementar la rentabilidad en la empresa Grupo

Agrobien SAC, Jaén, 2016"

Nombre de los estudiantes:

Dolores, Coronado Zarate

Dominga Anali, Menor Vilchez

Ericka Rosmery, Mogollón Adanaqué

Mirian Janett, Mogollón Adanaqué

Experto: Jairo Rodomiro Herrera Díaz

Instrucciones: Determinar si el instrumento de medición, reúne los indicadores mencionados y evaluar si ha sido excelente, muy bueno, bueno, regular o deficiente, colocando un aspa(X) en el casillero correspondiente.

Nº	Indicadores	Definición	Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Deficiente
1	Claridad y precisión	Las preguntas están redactadas en forma clara y precisa, sin ambigüedades	x				
2	Coherencia	Las preguntas guardan relación con la hipótesis, las variables e indicadores del proyecto.	x				
3	Validez	Las preguntas han sido redactadas teniendo en cuenta la validez de contenido y criterio.	x				
4	Organización	La estructura es adecuada. Comprende la presentación, agradecimiento, datos demográficos, instrucciones		x			
5	Confiabilidad	El instrumento es confiable porque se aplicó el test-retest (piloto)	x				
6	Control de sesgo	Presenta algunas preguntas distractoras para controlar la contaminación de las respuestas	x				
7	Orden	Las preguntas y reactivos han sido redactadas utilizando la técnica de lo general a lo particular	x				
8	Marco de Referencia	Las preguntas han sido redactadas de acuerdo al marco de referencia del encuestado: lenguaje, nivel de información.	x				
9	Extensión	El número de preguntas no es excesivo y está en relación a las variables, dimensiones e indicadores del problema.	x				
10	Inocuidad	Las preguntas no constituyen riesgo para el encuestado	x				

Observaciones

En consecuencia ¿el instrumento puede ser aplicado? Sí.

Fecha 10 de Octubre del 2017


Jairo R. Herrera Díaz
Código de identificación personal: 40659232
DNI: 40659232

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD



AOT-018-2019/DI-UCV-CH

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Yo, Dr. Herry Lloclla Gonzales, Director de Investigación, y revisor del trabajo académico titulado: "ESTRATEGIA COMERCIAL PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA GRUPO AGROBIEN SAC, JAÉN, 2016".

De los egresados de la Escuela Profesional de Contabilidad:

CORONADO ZARATE, DOLORES;

MENOR VILCHEZ, DOMINGA ANALI;

MOGOLLON ADANAQUE, ERICKA ROSMERY y

MOGOLLON ADANAQUE, MIRIAN JANETT

Constato que, el citado trabajo académico tiene un índice de similitud del 25%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, grado de coincidencias irrelevantes que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio; en tanto, cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 5 de Febrero de 2019.



AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV

	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1
---	---	---

Yo **Dolores Coronado Zárate**, identificada con DNI N° **47870900**, egresada de la Escuela Profesional de **Contabilidad** de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado **"ESTRATEGIA COMERCIAL PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA GRUPO AGROBIEN SAC, JAÉN, 2016"**; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



 FIRMA

DNI: 47870900

FECHA: 08 de Marzo del 2019

Baborá	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Reclorado
--------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 07
Fecha : 31-03-2017
Página : 1 de 1

Yo **Dominga Anali Menor Vilchez**, identificada con DNI N° **48501420**, egresada de la Escuela Profesional de **Contabilidad** de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado **"ESTRATEGIA COMERCIAL PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA GRUPO AGROBIEN SAC, JAÉN, 2016"**; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



FIRMA

DNI:**48501420**

FECHA: 08 de Marzo del 2019



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 07
Fecha : 31-03-2017
Página : 1 de 1

Yo **Mirian Janett Mogollón Adanaqué**, identificada con DNI N° **45843970**, egresada de la Escuela Profesional de **Contabilidad** de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) . No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado **"ESTRATEGIA COMERCIAL PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA GRUPO AGROBIEN SAC, JAÉN, 2016"**; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



FIRMA

DNI: 45843970 .

FECHA: 08 de Marzo del 2019

	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo **Erica Rosmery Mogollón Adanaqué**, identificada con DNI N° **47772775**, egresada de la Escuela Profesional de **Contabilidad** de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado **"ESTRATEGIA COMERCIAL PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA GRUPO AGROBIEN SAC, JAÉN, 2016"**; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....


FIRMA

DNI: 47772775

FECHA: 08 de Marzo del 2019

AUTORIZACIÓN FINAL DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

E.P. DE CONTABILIDAD

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

CORONADO ZARATE DOLORES

INFORME TÍTULADO:

“ESTRATEGIA COMERCIAL PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA GRUPO AGROBIEN SAC, JAÉN, 2016”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

BACHILLER EN CONTABILIDAD

SUSTENTADO EN FECHA: 07 de marzo del 2019

NOTA O MENCIÓN: APROBADA POR UNANIMIDAD



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

E.P. DE CONTABILIDAD

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

MENOR VÍLCHEZ DOMINGA ANALÍ

INFORME TÍTULADO:

“ESTRATEGIA COMERCIAL PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA GRUPO AGROBIEN SAC, JAÉN, 2016”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

BACHILLER EN CONTABILIDAD

SUSTENTADO EN FECHA: 07 de marzo del 2019

NOTA O MENCIÓN: APROBADA POR UNANIMIDAD



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

E.P. DE CONTABILIDAD

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

MOGOLLÓN ADANAQUÉ MIRIAN JANETT

INFORME TÍTULADO:

“ESTRATEGIA COMERCIAL PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA GRUPO AGROBIEN SAC, JAÉN, 2016”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

BACHILLER EN CONTABILIDAD

SUSTENTADO EN FECHA: 07 de marzo del 2019

NOTA O MENCIÓN: APROBADA POR UNANIMIDAD


FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

E.P. DE CONTABILIDAD

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

MOGOLLÓN ADANAQUÉ ERICKA ROSMERY

INFORME TÍTULADO:

"ESTRATEGIA COMERCIAL PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA GRUPO AGROBIEN SAC, JAÉN, 2016"

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

BACHILLER EN CONTABILIDAD

SUSTENTADO EN FECHA: 07 de marzo del 2019

NOTA O MENCIÓN: APROBADA POR UNANIMIDAD



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN