



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

La rentabilidad para la fijación de precios en fabricación de cocinas industriales de la
empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE :

Contador Público

AUTOR:

Montalvo Chávez, Delia Rosa (ORCID:0000-0003-0205-8161)

ASESORA:

Mg. Espinoza Gamboa, Erika Nelly (ORCID:0000-0002-5320-4694)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy, a mi hijo que es mi fuerza para seguir adelante. A mi esposo que con su amor, comprensión, consejos, apoyo en los momentos difíciles. A mi mama por sus consejos, amor. Solo debo decir Gracias

Agradecimiento

Un agradecimiento especial a la Universidad César Vallejo y principalmente a mi asesora, Espinoza Gamboa, Erika Nelly por sus sabias orientaciones en la elaboración de mi trabajo de investigación. Esta oportunidad ha sido una gran bendición en todo sentido y te lo agradezco Padre Mío, y no cesan mis ganas de decir que gracias a ti esta meta está cumplida.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	9
II. MARCO TEÓRICO.....	21
III. METODOLOGÍA.....	37
3.1 Tipo y diseño de la investigación.....	37
3.2. Variables.....	40
3.3 Población y muestra	43
3.4. Técnicas de recolección de datos “instrumentos”	45
3.5. Procedimiento	46
3.6. Métodos de análisis de datos	49
3.7. Aspectos éticos	49
IV. RESULTADOS	51
V. DISCUSIÓN	91
VI. CONCLUSIONES.....	100
VII. RECOMENDACIONES.....	102
REFERENCIAS.....	104
ANEXOS.....	111

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Matriz de consistencia.....	39
Tabla 2	Operacionalizacion de variables	40
Tabla 3	<i>Población del estudio</i>	44
Tabla 4	<i>Muestra de la investigación</i>	45
Tabla 5	<i>Datos de los jueces</i>	49
Tabla 6	<i>Resumen de procesamiento de casos</i>	51
Tabla 7	<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	52
Tabla 8	<i>Rentabilidad económica</i>	52
Tabla 9	<i>Manejo de la rentabilidad</i>	53
Tabla 10	<i>Beneficio antes de impuestos e intereses</i>	54
Tabla 11	<i>Conoce su beneficio antes de impuestos e intereses</i>	55
Tabla 12	<i>Margen</i>	56
Tabla 13	<i>Rotación</i>	57
Tabla 14	<i>Apalancamiento</i>	58
Tabla 15	<i>Rendimiento de capital</i>	60
Tabla 16	<i>Rendimiento de los activos totales</i>	61
Tabla 17	<i>Rendimiento de la Inversión</i>	62
Tabla 18	<i>Financiamiento externo</i>	63
Tabla 19	<i>Financiamiento interno</i>	64
Tabla 20	<i>El rendimiento esperado</i>	65
Tabla 21	<i>Tiempo de recuperar su liquidez de su inversión</i>	66
Tabla 22	<i>Sostenibilidad</i>	67
Tabla 23	<i>Maximización de utilidad</i>	68
Tabla 24	<i>Segmentación de mercados</i>	69
Tabla 25	<i>Costos fijos</i>	70
Tabla 26	<i>Costos variables</i>	71
Tabla 27	<i>Margen de ganancia</i>	72
Tabla 28	<i>El margen de ganancia de la empresa es óptimo</i>	73
Tabla 29	<i>Precios por buen valor</i>	74
Tabla 30	<i>Productos a precios bajos</i>	75
Tabla 31	<i>valor percibido de los consumidores acerca del producto</i>	76
Tabla 32	<i>Precios valor agregado</i>	77
Tabla 33	<i>El producto tiene valor agregado</i>	78
Tabla 34	<i>Brindan capacitación a la fuerza de ventas</i>	79
Tabla 35	<i>Sistema de paridad competitiva</i>	80
Tabla 36	<i>Para fijar sus precios consideran a la competencia</i>	81
Tabla 37	<i>Fijación de precios por debajo del nivel competitivo</i>	82
Tabla 38	<i>Fijación de precios por encima del nivel competitivo</i>	83
Tabla 39	<i>Resumen de procesamiento de casos</i>	84
Tabla 40	<i>Pruebas de normalidad</i>	84

Tabla 41 <i>Correlaciones Rho Spearman HG</i>	85
Tabla 42 <i>Hipótesis específica 1</i>	86
Tabla 43 <i>Hipótesis específica 2</i>	87
Tabla 44 <i>Hipótesis específica 3</i>	88
Tabla 45 <i>Hipótesis específica 4</i>	89

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	<i>Rentabilidad económica</i>	53
Gráfico 2	<i>Manejo de la rentabilidad</i>	54
Gráfico 3	<i>Beneficio antes de impuestos e intereses</i>	55
Gráfico 4	<i>Conoce su beneficio antes de impuestos e intereses</i>	56
Gráfico 5	<i>Margen</i>	57
Gráfico 6	<i>Rotación</i>	58
Gráfico 7	<i>Apalancamiento</i>	59
Gráfico 8	<i>Rendimiento de capital</i>	60
Gráfico 9	<i>Rendimiento de los activos totales</i>	61
Gráfico 10	<i>Rendimiento de la Inversión</i>	62
Gráfico 11	<i>Financiamiento externo</i>	63
Gráfico 12	<i>Financiamiento interno</i>	64
Gráfico 13	<i>El rendimiento esperado</i>	65
Gráfico 14	<i>Tiempo de recuperar su liquidez de su inversión</i>	66
Gráfico 15	<i>Sostenibilidad</i>	67
Gráfico 16	<i>Maximización de utilidad</i>	68
Gráfico 17	<i>Segmentación de mercados</i>	69
Gráfico 18	<i>Costos fijos</i>	70
Gráfico 19	<i>Costos variables</i>	71
Gráfico 20	<i>Margen de ganancia</i>	72
Gráfico 21	<i>El margen de ganancia de la empresa es óptimo</i>	73
Gráfico 22	<i>Precios por buen valor</i>	74
Gráfico 23	<i>Productos a precios bajos</i>	75
Gráfico 24	<i>valor percibido de los consumidores acerca del producto</i>	76
Gráfico 25	<i>Precios valor agregado</i>	77
Gráfico 26	<i>El producto tiene valor agregado</i>	78
Gráfico 27	<i>Brindan capacitación a la fuerza de ventas</i>	79
Gráfico 28	<i>Sistema de paridad competitiva</i>	80
Gráfico 29	<i>Para fijar sus precios consideran a la competencia</i>	81
Gráfico 30	<i>Fijación de precios por debajo del nivel competitivo</i>	82
Gráfico 31	<i>Fijación de precios por encima del nivel competitivo</i>	83

RESUMEN

La presente investigación titulada La rentabilidad para la fijación de precios en fabricación de cocinas industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020. Tiene como objetivo general. Determinar la relación que existe entre la rentabilidad para la fijación de precios en fabricación de cocina industriales de la empresa Citegas, Arequipa, 2020. Su metodología, es de nivel descriptivo correlacionar, de tipo no experimental y de enfoque cuantitativo. El instrumento, se utilizó la técnica de la encuesta y se aplicó el cuestionario. Muestra, 20 colaboradores. Su resultado, Por consiguiente para la obtener la validación de las hipótesis a través del coeficiente de rho de Spearman, se obtuvo lo siguiente: el coeficiente de correlación de Spearman de la hipótesis general fue de 0.684, demostrando que tiene una correlación positiva considerable por lo que el nivel de significancia fue de $0.001 < 0.05$, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Conclusiones, se determinó después de obtener los resultados, la rentabilidad en un análisis completo de la empresa tiene una relación positiva considerable para la fijación de precios, con un método de fijación de precios se tendrá mejores resultados en la obtención de rentabilidad para la empresa.

Palabras clave: rentabilidad, fijación de precios, fabricación.

ABSTRACT

This research entitled the profitability for the setting of prices in the manufacture of industrial kitchens of the company Citegas EIRL Arequipa, 2020. Its general objective is. Determine the relationship that exists between the profitability for the setting of prices in the manufacture of industrial kitchens of the company Citegas, Arequipa, 2020. Its methodology is of a descriptive correlational level, of a non-experimental type and of a quantitative approach. The instrument, the survey technique was used and the questionnaire was applied. Sample, 20 collaborators. Its result, therefore to obtain the validation of the hypotheses through the Spearman rho coefficient, the following was obtained: the Spearman correlation coefficient of the general hypothesis was 0.684, showing that it has a considerable positive correlation for what that the level of significance was $0.001 < 0.05$, therefore, the alternate hypothesis is accepted and the null hypothesis is rejected. Conclusions, it was determined after obtaining the results, the profitability in a complete analysis of the company has a considerable positive relationship for the pricing, and with a pricing method it will have better results in obtaining profitability for the company.

Keywords: profitability, pricing, manufacturing.

I. INTRODUCCIÓN

Realidad problemática

La rentabilidad para la fijación de precios, tiene una gran importancia a nivel empresarial, fue es y seguirá siendo, aspectos importantes para cualquier tamaño de empresa. Estas dos variantes son puntos estratégicos para el desarrollo y crecimiento económico a nivel de toda organización. La rentabilidad es fundamental conocer su variabilidad, para tomar mejores decisiones en cuanto a una inversión. Tomar muy en consideración que la fijación de precios juega un papel muy importante para saber cuánto quiero ganar o para proyectarse la rentabilidad.

Durante los últimos 20 a 30 años los países han desarrollado un gran cambio como la globalización. La globalización ha forzado a los mercados a nivel mundial a ser más competitivos, esta situación ha consentido que los capitales se desplacen de un recinto a otro y así el empresario tiene más oportunidad de inversión, generando a largo plazo mayor rentabilidad en las empresas. (Zaldivar, Frias, Cardeñosa, Nuñez, & cora, 2020)

Las empresas han incrementado en la introducción de nuevos productos tecnológicos para fortalecer su sistematización y sostener el crecimiento empresarial. Sin embargo, se han olvidado del medio ambiente. La tecnología verdes (NPI) en la rentabilidad de las empresas. Pueden los productos verdes a limitar el impacto negativo de las ISFL en el medio ambiente. Crear incentivos para que las empresas usen tecnologías verdes. Para obtener mejores resultados en cuanto a su rentabilidad y el cuidado del medio ambiente. (Palmer & Truong, 2017)

A nivel internacional, En China, Beijing. En los primeros 8 meses de este año, las principales empresas siderúrgicas de China, tuvieron una caída en su rentabilidad 18.6%, las exportaciones de acero cayeron, mientras que las importaciones subieron 59,6% interanual. (Agency, 2020)

Se analizó a empresas de los períodos 1969 – 2005 para ver la importancia relativa de la rentabilidad. Para explicar las variaciones entre estados del desempeño manufacturero en el sector organizado de la India. Utilizando tres medidas diferentes del desempeño de la industria manufacturera que son, valor agregado neto, inversión y empleo. La rentabilidad es más significativa que las disputas industriales. (Karak & Basu, 2020)

En Latinoamérica, La confederación de la mediana empresa de Argentina, sostuvo que el 29.9% de las empresas son rentables, a su vez indicó que las pymes descendió 10.3%, del sector manufacturera creció el 27.8%, el uso de su capacidad instalada baja 57.5%, hay un incremento de 2,1 % anual en el área "papel, cartón, edición e impresión", y la Producción Industrial Pyme se posicionó en 80,4 puntos y hay un bajada de 8,5 % en el primer cuatrimestre del año. Sin embargo hay un sector que tuvo descenso muy profundo y significativo, sector de calzado y marroquinería con una baja del 24,6%. A diferencia del sector alimentos y bebidas tuvo un declive leve de 2.7%, las importaciones vienen cayendo aún más como textiles, calzado y muebles. (Huarpe, 2019)

La rentabilidad en tendencias más generales La tasa de rendimiento industrial en argentina periodo (1900 – 2014), estimado el promedio de la primera fue 48,2%, entretanto, teniendo la consideración de la totalidad del capital, su nivel promedio fue del 19,2%. No obstante si bien, en el largo plazo, si se consideramos el promedio de las tasas en los primeros (1900-1919, 68,2% y 25,5%) y los últimos veinte años (1995-2014, 30,1% y 12,8%), en el caso de la tasa del beneficio sobre capital fijo (55,8% vs. 49,8%). Entonces podríamos decir que la rentabilidad histórica en sector industrial de argentina se mostró con tendencias descendente. Los picos fuertemente influenciados de la rentabilidad, fueron marcados por la posguerra riesgo que abollan a los salarios y elevación de la tasa de plusvalor, que provisionalmente incrementaron la rentabilidad. (Maito, 2020)

A nivel nacional. (Gestion, 2020) El resultado permitió a las compañías obtener una rentabilidad patrimonial promedio (ROE) de 10.7% esto a diciembre último, superior al 9.7% diferencia del año 2018. Los sectores que se consideran

como los más rentables a nivel nacional son: cerveceras con 77%, cines 54%, y loterías 27%, respectivamente. Y los menos rentables están. Telefonía -24% y construcción -14%

A nivel local. En el lugar elegido para el estudio, CITEGAS EIRL, es una empresa con numero de RUC: 20312535271 cuya actividad económica es fabricación de aparatos de uso doméstico ncp e industrias manufactureras ncp; está ubicada en el distrito de Paucarpata, departamento de Arequipa - Perú, inició sus actividades el año 1996, esta empresa con el paso del tiempo se ha ido posicionado en el mercado, con la experiencia del pasar de los años, han ido perfeccionando sus productos fabricados y a su vez diversificando su mercado, ya que ellos no se niegan a elaborar nuevos productos, esta situación les está ayudando a seguir creciendo aún más en el mercado; tienen una buena visión para el futuro. Con el paso del tiempo lamentablemente, presenta debilidades como, el desconocimiento de su rentabilidad real; donde afecta el desarrollo y supervivencia del negocio en el tiempo.

Por la complejidad de sus operaciones, experticia técnica y falta de conocimiento, lamentablemente. Entre las diferentes causas, que puedan estar originado este problema, se ha detectado los siguientes: no tienen bien fijados sus precios, no tiene sistemas de costos, en el área correspondiente, no hay personal capacitado, falta de equipos tecnológicos.

Para este estudio, se ha centralizado. En fijación de precios, YA QUE ESTOS SON ELABORADOS EMPÍRICAMENTE, por tal razón no se sabe la rentabilidad real de la empresa. CITEGAS EIRL con su representante, no han podido realizar un eficiente control en su gestión de manera que descuidaron un punto clave e importante del negocio. Esta área de manera relevante no se considera ciertos aspectos en la fijación de precios, se considera sistemas tradicionales, esto dificulta excesivamente ya que es un factor muy importante determinante para proyectarse una rentabilidad óptima. Los efectos que puedan traer este problema son muchos, entre las que hemos detectado son. Pérdida de clientes, dificultades para el crecimiento de la empresa, inconvenientes al solicitar

préstamos. Si esta postura continua, la empresa puede llegar a quebrar, esto afectará enormemente la sociedad porque contribuye con el desempleo, las personas que trabajan en esta empresa ya no van a tener más ingresos, se van a quedar en la calle, por todo ello.

Trabajos Previos

Antecedentes Internacionales

(Córdova, 2016) La investigación titulada, "Los costos de producción y la rentabilidad de la empresa Mundo Azul" tiene como objetivo. Estudiar la influencia de los costos de producción en la rentabilidad, con la finalidad de mejorar el control y organización del proceso productivo. Su metodología de estudio es de nivel descriptivo - correlacional de tipo no experimental, de enfoque cuantitativo. Su muestra está conformada por 60 empleados de la empresa, la muestra es de 32 empleados de la empresa. Su instrumento de recolección de datos usó la técnica de encuesta y para la recolección de información empleó la técnica del cuestionario. La investigación concluyó que La rentabilidad de una empresa se la puede determinar controlando ciertos factores uno de ellos es el precio de venta al público este proceso se lo determina por medio del valor correcto y real de los costos de producción que se han generado en la elaboración del producto, de manera que este precio pueda ser accesible para el cliente y a su vez genere utilidad y la rentabilidad deseada por la misma, como la entidad no cuenta con valores correctos y verídicos en cuanto a los costos de producción el proceso de fijación de precio no es el adecuado incidiendo de manera directa a la rentabilidad de la empresa.

Comentario:

Para obtener una mayor rentabilidad no se debe descuidar, el punto clave que es la fijación de precios, si estos están bien fijados no tendrá inconvenientes al momento de realizar su cálculo de la rentabilidad que de hecho se debe realizar frecuentemente, para ver si la empresa está bien encaminada. O tiene dificultades, así que tomará decisiones para mejorar la empresa.

(Suárez, 2020). La siguiente investigación titulada: “investigación correlacionar entre financiamiento y rentabilidad para empresas inmobiliarias del Ecuador”. Tiene como objetivo principal examinar la correlación entre el financiamiento y la rentabilidad de las empresas inmobiliarias en el Ecuador en el periodo 2013 y 2017, con el fin de conocer si existe o no relación entre las dos variables. Su metodología, de nivel **descriptivo – correlacional**, de tipo no experimental, de enfoque cuantitativo. Tiene una población conformada por 5009 de inmobiliarias, su elección de su muestra se usó el método no probabilístico calculando se determinó una muestra de 370 compañías. Los instrumentos que se usó para la recaudación de información son la documentación y la observación. Resultados de la investigación Al examinar los ítems de rentabilidad se puede evidenciar que el activo de la organización de este sector inmobiliario tiene una aceptación del 6% para generar utilidades rentables. Los empresarios sostienen una rentabilidad de 20%, y una rentabilidad financiera del 34 19%, de manera que se puede generar un buen desarrollo económico, sopesando que la desigualdad entre el primero y el segundo indicador analizando es 1% de manera que la rentabilidad operacional del patrimonio no se tiene en consideración los desembolso como financieros, a su vez los impuestos y las participaciones de los colaboradores, por lo cual, sus gastos no poseen una gran impresión sobre la rentabilidad de los accionistas. La investigación llegó a la conclusión Al asociar este último estudio con las correlaciones, se enmarcar que endeudarse fomenta a poseer deseables rendimientos de los accionista, ya que su rentabilidad crece sutilmente al agrandar la deuda con terceros, pero en la práctica común de la organización no progresa con los incremento del dicho endeudamiento, pues hay una relación inversa entre estas dos variables, pues sus activos de la empresa inmobiliario analizando producen de utilidad (ROA) en un 5%.

(Chagerben, 2019). La investigación titulada: “El fondo de maniobra y la rentabilidad de las Pymes: caso empresas de productos alimenticios en la ciudad de Guayaquil, Ecuador”, tiene su objetivo, Evaluar la incidencia del fondo de maniobra sobre la rentabilidad de las Pymes que elaboran productos alimenticios en la ciudad de Guayaquil. Su metodología de estudio es de nivel **descriptivo –**

correlacional, de tipo no experimental y de enfoque cuantitativo. Para la recolección de datos utilizó el instrumento la documentación y observación. Su población está conformada por las compañías seleccionadas por el autor, para el tamaño de la muestra es probabilístico aleatorio simple llegado a un resultado de 109 considerado como la muestra. En la investigación se llegó a la conclusión de En materia financiera, el desarrollo de esta investigación permite inferir que el ROA como medida de rentabilidad empresarial, evidencia un comportamiento decreciente alcanzado un valor mínimo del -7% y un máximo del 34% aproximadamente comprendido en el periodo 2013 – 2016. Asimismo, los resultados del modelo econométrico, revelan que el deterioro del ROA está influenciado por la desbalance en la utilización de los recursos de corto plazo, planteamiento de políticas crediticias de muy largo plazo y una desproporcionada estructura de gastos resultan en una disminución de la capacidad de lo que posee (activos) de una empresa para la generación de utilidades. Estas inferencias se validan con los resultados del análisis de los índices de gestión; y, de endeudamiento de las empresas objeto del estudio, según las siguientes explicaciones:

Comentario:

Se puede evidenciar que hay una mala gestión en la empresa, no hay control en los aspectos importante de la empresa por ende tiene dificultades en su crecimiento económico. Resaltando la rentabilidad. Si no mejora podría la empresa, fracasar en el tiempo.

(Aguagüiña, 2017). La investigación con su título de: La determinación de costos y la fijación de los precios en la fábrica Andrew's. Su objetivo universal es fijar la incidencia de la fijación de costos de producción en la fijación de los precios de venta para incrementar las utilidades en la Fábrica Andrew's. Su metodología de estudio es de nivel. Exploratoria, **descriptiva y correlacional**, de enfoque es mixto cualitativo y cuantitativo, de tipo no experimental. Tiene una y su muestra está conformada por 30 colaboradores de la organización fabrica Andrew's, su muestra para esta investigación no requiere dado que la población

es finita del cual se trabajará con los 30 trabajadores. Para su recaudación de información su instrumento se usó el cuestionario y la documentación. su conclusión de la investigación: La fábrica Andrew's actualmente trabaja; realiza de manera empírica al momento de constituir los costos de los productos, por tanto se demostró que la organización no utiliza un sistema de costos que faculte la determinación confiable y real del costo de producción, por tal razón se asigna correctamente todos los costos que se generen en el proceso productivo del jean's y perjudique de manera directa la fijación de los precios de venta, asimismo de no evidenciar las utilidades reales de la fábrica.

Comentario:

Los métodos o formas de cómo fijar bien sus precios es importante en la empresa como lo dicha ya, tiene que tener un sistema de costo de manera que esto ayude de gran medida a generar un precio real, y esto conlleva a obtener mejor rentabilidad.

(Moyolema, 2016) El trabajo titulado "Los costos de producción y la fijación de precios de la empresa Indu Jeans" el objetivo de la investigación, tiene como propósito de acrecentar su rentabilidad haciendo un estudio de acontecimientos en medio de los costos de producción y la fijación de precios, su metodología de estudio es de nivel exploratorio, **descriptiva, correlacional**. De enfoque cuantitativo, su instrumento de recaudación de datos son 31 trabajadores de Indu Jeans como tal, conformado de la siguiente forma: contador, gerente propietario, auxiliar contable, jefe de producción, 24 obreros y 3 vendedores. Y su resultado una vez recolectada la información de la población utilizada los instrumentos mencionados la información se tabularon y se presentará en gráficos y diagramas estadísticos para una mejor comprensión. Se llegó a una conclusión, en la fabricación de los dos modelos de Jeans no se consideran los costos indirectos de la fabricación se podría suponer que sus costos son establecidos presuntamente y sus bases de asignación no lo utilizan correctamente.

Comentario:

El defectuoso uso de los sistemas de costos de producción ha estado ocasionando consecuencias serias en INDU JEANS del cual el autor sugiere realizar un sistema de costos, que vaya acorde a sus necesidades. Esta situación ayudará a tomar como base para fijar bien sus precios.

Antecedentes Nacionales

(Mejía, 2018) La siguiente investigación titulada, “Costos de producción y rentabilidad en las empresas manufactureras de equipos deportivos del distrito de San Martín de Porres, 2018” tiene por objetivo, tiene como objetivo. Determinar la relación de los costos de producción con la rentabilidad en las organizaciones manufactureras de equipos deportivos del distrito San Martín de Porres, 2018. Su metodología es el estudio de nivel descriptivo - correlacional de tipo no experimental de enfoque cuantitativo. Muestra son 36 empresas del sector manufacturero. Instrumento se aplicó la técnica de encuesta y recolectar información se adaptó el cuestionario. Y se concluyó en la investigación Luego en la prueba estadística tomada se puede concluir de acuerdo al objetivo universal que si existe relación entre estas variables del trabajo de investigación que son las siguientes: costos de producción y rentabilidad, según lo que indica la tabla número 24, prueba de la hipótesis general, se obtuvo que la relación es moderada y directa, con el p valor de 0.805.

(Delgado, 2017) La investigación titulada, Costos por órdenes de trabajo y rentabilidad en la empresa corporación electro svm e.i.r.l., los olivos – 2017. Tiene como objetivo. Determinar la relación de los materiales directos con la rentabilidad en la empresa corporación electro svm e.i.r.l los Olivos - 2017. Su metodología de investigación es nivel descriptivo – correlacional, de tipo no experimental y de enfoque cuantitativo. Muestra constituida por 30 colaboradores de la empresa. Los instrumentos de recaudación de información usaron el método de la encuesta y se recolectó información utilizando el cuestionario. Se concluye Se precisó que si existe una relación entre los costos por órdenes de trabajo y la rentabilidad en la

empresa Corporación Electro SVM E.I.R.L., Los Olivos 2017; evidenciando que si existe una inspección de dichos componentes del costo por órdenes de trabajo que estos están ligados de manera directa en los procedimientos de los productos, de tal forma que en ocasiones la información brindada no es pertinente ni asequible por que no están actualizadas. De manera que esta situación está perjudicando a la rentabilidad de la empresa.

Comentario

La información, es necesaria en cualquier área de la empresa porque si no hay información se ocasionara un desorden de manera que la empresa podría tener grandes dificultades, tal vez irremediables.

(Charre, 2020) la investigación titulada “Rentabilidad económica en la fabricación de muebles de madera industrial-artesanal y formalización de los micro y pequeñas empresas en distritos de Manantay, Calleria y Yarinacocha, provincia de coronel portillo, departamento de Ucayali, 2016” el estudio tiene como objetivo Determinar la rentabilidad económica en la fabricación de muebles de madera industrial y artesanal por los micro y pequeños empresarios de los distritos de Manantay, Callería y Yarinacocha, provincia de Coronel Portillo, departamento de Ucayali, 2016. Su metodología, de nivel descriptivo – correlacional, de tipo no experimental, de enfoque cuantitativo. Población y muestra representa el 100% de la población que es 36 micro y pequeños empresarios. Instrumento de recolección de información se usó la técnica de encuesta y se aplicó el cuestionario. Conclusión. En todas las mueblerías ubicadas en los distritos de Manantay, Calleria y Yarinacocha tienen una buena rentabilidad que les permite sostenerse en el mercado y están en la mejora continua de sus herramientas y máquinas. Los trabajadores que laboran en dichas empresas, el 80% manifiesta tener experiencia por más de diez años de trabajo en el campo de muebles. Sin embargo, se ha notado que los ambientes en los que se desarrolla la confección de los muebles son espacios reducidos por la gran variedad de madera que están estibadas en el ambiente, y que, en cualquier momento podría ocasionar accidentes de trabajos.

Comentario:

La empresa obtiene buena rentabilidad ya que el personal que labora, cuenta con experiencia y son amantes de la profesión, se podría decir que la empresa tiene buen trato hacia el personal ya que este, es una herramienta para poder generar rentabilidad, pero no tienen un ambiente laboral espacioso ya que el trabajo que ellos realizan amerita. Esto les podría traer consecuencias no solo de accidentes si no que el personal no se sienta cómodo. Y a su vez traer grandes pérdidas en la empresa.

(Sumalave, 2020). La siguiente investigación titulada. Gestión financiera y rentabilidad en una empresa bajo régimen general. El estudio tiene como objetivo general. Cómo se relaciona la administración financiera con la rentabilidad en una empresa bajo régimen general. Metodología, de nivel **descriptivo – correlacional**, de tipo no experimental y de enfoque cuantitativo. Su muestra, conformada por 15 colaboradores encargados de la gestión de la empresa y los estados financieros de la empresa de periodos 2016 – 2019. Su muestra es no probabilístico que está conformada por 15 empleados y los estados financieros de la empresa. Su instrumento de recaudación de información fue la técnica de encuesta y el análisis de documento por ende los instrumentos fueron el cuestionario y la documentación. la investigación llegó a la conclusión: En relación a la planificación de la gestión financiera fue favorable para las actividades gravadas porque se encuentra acorde a la normativa fiscal del régimen general, sin embargo en los años 2016 y 2017 tuvo un efecto positivo como resultado de que el ROE fue superior que el ROA, es decir en cuanto a la financiación de parte del activo con deuda ha facilitado el crecimiento de la rentabilidad financiera, no obstante en los años 2018 y 2019 fue negativa dado que el costo medio de los pasivos es superior a la rentabilidad económica (ROE)

Comentario

Para un mayor crecimiento y desarrollo económico inyectar dinero en la empresa transparentemente es importante ya que ayudara a sustenta de donde se

produjo. Endeudarse siempre en cuando se haga una evaluación detallada de la deuda es necesaria, así se llagara mucho más rápido en cuanto a su crecimiento económico y como no su rentabilidad será mucho mejor.

(Jiménez & Lozano, 2017). La presente investigación titulada “Gestión financiera y la rentabilidad de la empresa San José inversiones s.r.l., Jaén, 2017”. Tiene como objetivo analizar la gestión financiera y su relación con la rentabilidad de la empresa san José inversiones S.R.L. Jaén 2017. Es de nivel **descriptivo correlacional**, de enfoque cuantitativo no experimental. Tiene una población de 7 trabajadores de la empresa José Inversiones S.R.L. Jaén. Como instrumento de recaudación de información es la entrevista y análisis documental. Llegó a una conclusión que dice que es significativo el conocimiento y la práctica precisa de la gestión financiera de manera que si se gestionan de forma eficiente sus bienes de la organización aumentará su rentabilidad.

Comentario:

Refleja que la empresa no tiene una rentabilidad positiva, cabe indicar que tiene que mejorar la gestión financiera, de manera que, con una buena administración de sus recursos, mejorará su rentabilidad.

(Carranza, 2018). La investigación titulada: “El sistema de costos basados en actividades y su incidencia en la fijación de precios de la residencial Torre el Polo, periodo 2016 – 2018”. Su objetivo universal, Analizar la incidencia del sistema de costos por actividades en la fijación de precios de la residencial Torre el Polo, periodo 2016 – 2018. Y su metodología de investigación es de nivel **correlacional**, de tipo no experimental y de enfoque mixto cualitativo y cuantitativo. Su población está constituida por la residencial Torre el Polo y su muestra es información contable períodos 2016 - 2018. Su instrumento de recaudación de información es la documentación y la observación. Se llegó a la conclusión: Se examinó los costos de la residencial Torre el Polo a partir del cual se determinó que la Empresa & Constructora el polo no tiene un sistema de costos apropiado situación que afecta en la fijación de precios, de manera que la

información no es adecuada, concluyendo que el empleo del sistema ABC incidirá de manera positiva en la empresa.

Nos indica en su tesis (Leon, 2018) Métodos de fijación de precios y su influencia en la rotación de inventarios de corporación Tommy SAC, de la ciudad de Tacna, periodo 2015- 2017. Tiene como objetivo establecer de qué manera el método de fijación de precios influye en la rotación de inventarios de Corporación Tommy SAC, de la ciudad de Tacna, período 2015- 2017. Metodología enfoque cuantitativo, tipo no experimental, de nivel descriptivo, explicativo, correlacional. Población análisis documental de los periodos de 2015, 2016 y 2017 de la empresa corporación Tommy S.A.C. de Tacna. Instrumento la documentación. Conclusiones El método de fijación de precios influye en el nivel de ventas de la empresa corporación Tommy SAC de Tacna 2015-2017, Respecto al margen de utilidad se observa un crecimiento ascendente del periodo 2015 al 2017 gracias a la disminución de costos y gastos operacionales que han ido disminuyendo de periodo 2015 al 2017 en – 15% y -33%, Asimismo en referencia al volumen de ventas se observó que se tiene los índices de ventas más alto en el periodo 2015 pero con una utilidad negativa que a diferencia del año 2017 las ventas son menores pero se tiene una utilidad positiva de S/. 264,174.52.

Comentario:

La investigación busca de qué manera la fijación de precios, repercute en la rotación de inventarios ya que a su vez, los precios son fijados considerando la elasticidad de la demanda, esta situación les está trayendo consecuencias ya que se observa que hay disminución de costos y gastos, y la alteración de la rentabilidad.

II. MARCO TEÓRICO

Rentabilidad

Definición

Rentabilidad, el término tiene muchas aproximaciones doctrinales. Se designa rentabilidad a la medición del rendimiento en un establecido periodo de tiempo fructifican los capitales empleado en la misma. Situación que deduce la relación de la renta producida y de los métodos que ha utilizado para obtenerla. (Sánchez, 2002).

La rentabilidad es un conocimiento porque emplea a todo acto económico que se desplazan medios materiales, humanos y/o financieros con la finalidad de obtener algún efecto. Para evaluar el resultado de la rentabilidad de una organización es viable comparar con el resultado contundente, final y la importancia de los métodos empleados para producir referido beneficios. Cabe resaltar que para producir utilidades tendrá que ver mucho de los activos que tenga la empresa, puede ser financiado con recursos propios o por terceros. (Ccaccya, 2015)

La rentabilidad es igual a la reproducción de riqueza en un establecido periodo, que fructifican los capitales usando en el mismo, también nos indica que para la rentabilidad es el principio principal en cuanto la medición de los capitales de la organización en un largo plazo. Que resalta el rendimiento que estos producen. (Zaldivar, Frias, Cardeñosa, Nuñez, & cora, 2020)

Rentabilidad económica

Se califica como la medición de la disposición de los activos de la organización, para originar valor con autonomía de qué forma fueron financiados. Situación que determina si una organización es rentable o no lo es, en términos de su economía. Al no considerar la forma de financiación los activos, aceptara examinar si una organización no rentable lo es por crecimiento de su actividad

económica o por una defectuosa política de financiación. Cálculo de la rentabilidad económica. (Sánchez, 2002)

La rentabilidad económica, se dice que es la medición del rendimiento de sus activos de una organización con libertad de su financiación de un periodo categórico. Es una guía básica para juzgar la eficacia de la empresa, al no tener dificultades de financiamiento, permite ver la eficiencia con que está actuando en ámbito de su desarrollo de su actividad económica. Para su medición se utilizan ratios, variables de administración muy valiosa para el empresario. Ventas, activos, capital y resultados (utilidades) como se detalla consecutivamente. (Ccaccya, 2015)

Se relaciona con el resultado antes de interés con el total de su capital económico y tener muy en cuenta la financiación y nacimiento de los mismos, este contexto simboliza el rendimiento de inversión de la empresa. (Zaldivar, Frias, Cardeñosa, Nuñez, & cora, 2020)

El estudio analiza las causas que afectan la eficiencia, (rentabilidad) de las organizaciones con economías inestables. Este artículo sugiere que la eficiencia en la producción y la eficiencia de escala afectan positivamente a la rentabilidad. Mientras que el aumento de tasas de interés, la participación de los activos fijos, capital prestado. Esta situación ejerce efectos negativos. (Spitsin, Ryzhkova, Vukovic, & Anokhin, 2020)

CATEGORÍAS

Cantidad de Activos totales

Activos fijos, denominado también rendimiento sobre la inversión, determina la capacidad para producir utilidades con los medios propios de la empresa.

Para maximizar el uso de los activos fijos es el impacto de las organizaciones en la productividad del capital de los activos fijos y para evaluar la viabilidad de la inversión del capital en activos fijos. (Kulikova, Aminova, & Lyzhova, 2020)

Manejo de la rentabilidad

Se ha mencionado esta categoría, para conocer el estado del manejo de la rentabilidad económica de la empresa en mención, ya que es muy importante para el manejo de todo negocio conocer si el negocio es rentable o no. Y tomar decisiones positivas en mejora para el negocio.

El impacto de la crisis mundial económica ha provocado un debilitamiento en el crecimiento de Indonesia ya que en el año 2014 tuvo un decaimiento en la rupia, situación que continúa debilitándose frente al dólar situación que afectó varios sectores como la industria, industria textil. Para la solución de esta situación el autor propone el valor de la empresa, retorno de activos (ROA) tiene alcance efectivo en el valor de la empresa, este indicador es muy importante en las empresas, calcular frecuentemente la rentabilidad y conocer el valor con exactitud, ayudará a que las empresas continúen en el tiempo. (Subing, Gusni., & Mulyati, 2019)

Beneficio antes de impuestos e intereses

Se tomó esta categoría porque el propósito es conocer si la empresa en mención conoce o no estos resultados antes de impuestos e intereses para tomar alternativas de mejoras en favor de la empresa.

El estudio realiza un análisis de modelo, estos basados en implementar medidas regulatorias, de las ganancias, estos después de los impuestos y de las tasas impositivas, este modelos se centra en las consecuencias de la legislación de la UE sobre intereses, escudo fiscal y los costos de endeudamiento en general. (Stejskalová, Kozáková, & Pevná, 2019)

Rentabilidad financiera

Se relaciona con el resultado después de impuesto e intereses, y con fondos de accionistas y propietarios, la organización y representa de gran manera al rendimiento y esto que corresponda así mismo (Sánchez, 2002)

Es la medida de la rentabilidad más próxima al accionista y a los propietarios a diferencia de la rentabilidad económica. A su vez es la medida de un establecido periodo, de su rendimiento de lo alcanzado por sus capitales propios con la autodeterminación de la distribución de los resultados. (Ccaccya, 2015)

Categorías

Margen

Cabe resaltar que el margen evalúa el beneficio alcanzado, de acuerdo a por cada unidad pecunia vendida, cabe resaltar que la rentabilidad de las ventas. Estos factores de margen se pueden examinar en una organización económica y/o funcional el primer suceso visualiza netamente la colaboración en las ventas de conceptualizaciones como por ejemplo la adquisición de explotación, gastos de personal, las amortizaciones y provisiones. En caso de funcionalidad, de manera que se determina las funciones de coste, costo de venta, administración, etc. (Sánchez, 2002)

El propósito de esta investigación es conocer que por cada UM que se vende cuánto beneficio recibe la empresa. Hay dos propósitos, como el aumento de margen en sus ventas o la utilización de margen de utilidad. (Fülöp, Szora, Ivan, & Solovăstru, 2020), El margen de ganancia, es necesario analizarlo ya que indica realmente el porcentaje de la rentabilidad de la actividad de una empresa.

Rotación

Mide la eficiencia de cómo se ha utilizado los activos fijos esto para generar ingresos, también podría decirse que mide la capacidad para controlar los niveles de inversión en activos. No obstante, estos puntos mencionados si no se controlan adecuadamente podría la empresa no estar aprovechando al máximo sus inversiones. (Sánchez, 2002)

Esta categoría se consideró porque el propósito es conocer si la empresa tiene rotación con mayores velocidades o intentar saber si venden más con el mismo activo, como utilización de sus estrategias.

Apalancamiento:

Para su conceptualización, desde los puntos de vista de los análisis contables es la probabilidad. Rentabilidad económica y coste de recursos ajenos, a través del empleo de su deuda en una estructura financiera. En caso de que existiera deuda el efecto apalancamiento Si RE mayor al interés, entonces RF mayor que RE. Hay un efecto de apalancamiento positivo o amplificador, del cual a este punto se debe de llegar siempre. (Sánchez, 2002)

Para la investigación el propósito es conocer si la empresa utiliza esta estrategia de un análisis de apalancamiento financiero “endeudarse para que el negocio sea más grande”. Y tomar mejores decisiones.

Rendimiento

Es una medición de la productividad de los recursos ligados con el negocio. Según el autor García, (2009) indica que. Una empresa busca su crecimiento permanente en el tiempo hecho que busca medirse mediante un sin número de indicadores financieros unos con origen en la información contable y otros con la información del mercado. Citado por, (Molina, Botero, & Montoya, 2017)

Rendimiento de capital (RC)

Gitman, (1997). Este indicativo mide la percepción de su rendimiento luego indica que cantidad se ha obtenido sobre la inversión de los propietarios, accionistas comunes y también como preferencial, de la organización. Este resultado, cuanto sea superior este monto, los empresarios lo estiman mejor. (De la Hoz Suárez, Ferrer y De la Hoz Suárez, 2008), citado en su artículo por (Correa, Gómez, & Londoño, 2018)

Rendimiento de los activos totales o Rendimiento de la Inversión (RAT):

Gitman, (1997). Este indicativo mide la eficacia en general de la gestión de manera que es un indicativo para producir utilidades con los activos ya existentes. Y estos resultados, se dice que cuanto superior sea el rendimiento se refiere

sobre los activos totales de la organización, es mucho mejor. (De la Hoz Suárez, Ferrer y De la Hoz Suárez, 2008), citado en su artículo por (Correa, Gómez, & Londoño, 2018)

Inversión

Concepto

La palabra inversión se refiere a la acción de aplazar el beneficio próximo del bien invertido por la propuesta de una ganancia futura más o menos posible. Una inversión se refiere a una cuantía limitada de dinero que estos se ponen a la orden de terceros, de una organización o de un compuesto de acciones, con el propósito de que se multiplique las ganancias que produce ese proyecto empresarial. (BBVA, 2018)

Categorías

Financiamiento externo

El financiamiento de manera externa es cuando el empresario decide solicitar financiamiento para cumplir metas en la organización. Puede ser financiado a periodos cortos y largos.

Las métrica alternativa para evaluar la rentabilidad y el riesgo, inversión de capital, rentabilidad, riesgo).se busca optimizar los diseños de procesos, tanto modelos tradicionales como los exo-paramétricas, para llevar a cabo los procedimiento de búsqueda financiera. (Mellichamp, 2019)

Financiamiento interno

El concepto de financiamiento interno es descrito, como los fondos propios de la organización de manera que son ocasionadas por la liquidez con lo que se disponga. (Contreras & Díaz, 2015)

El rendimiento esperado

A mayor rendimiento, mayor riesgo. Aquí podemos decir de manera directa que hay una relación en medio de rendimiento esperado y riesgo asumido. Se asume que es la rentabilidad esperada de vuestra inversión. (BBVA, 2018)

El riesgo aceptado

Es el desasosiego sobre el rendimiento, es la probabilidad de que no se pueda recuperar el dinero invertido. Básicamente aquí se denomina qué tipo de inversor o el perfil de un inversor, de qué manera le gustaría invertir. Sí asumiendo riesgo o no. (BBVA, 2018)

En la liquidez

Quiere decir de nuestra inversión, con qué velocidad podemos recuperar nuestra inversión y ojo a qué coste esto si acaso de necesitarla como por ejemplo no es lo mismo que invertir en acciones de los grandes bancos de nuestro país. A diferencia se comercializan cotidianamente en el mercado miles de los títulos valores es muy bajo de realizarlo en una pequeña empresa, cuya magnitud es muy pequeña. (BBVA, 2018)

Objetivos de fijación de precios

En cuanto a los objetivos de la fijación de precios es básicamente lo que la organización se ha proyectado conseguir con el producto en su mercado. Si el mercado de destino, la estrategia comercial y la táctica de posicionamiento del producto están bien descritos, desde este punto, es parcialmente sencillo plasmarse objetivos para componentes de planteamiento de marketing. A su vez el autor menciona 6 objetivos (Maximizar la implantación y el crecimiento de las ventas, mantener la calidad o la distinción del servicio, Maximizar las utilidades actuales Desnatar, Cosecha, Supervivencia, Objetivos sociales.) de los cuales se consideró algunos para el estudio. (RYANAIR, 2002)

El precio es una herramienta de mercado, que permite a la empresa alcanzar sus objetivos de manera que los objetivos de la fijación de precios deben estar estrechamente ligados con los objetivos de la empresa. Existen distintos objetivos según el autor citado por (Guerrero, Hernández, & Díaz, 2012) nos indica los siguiente, (Carreño 2002) los siguientes objetivos son. Lograr un nivel dado de rendimiento sobre la inversión, maximizar las utilidades y la colaboración en el mercado, eludir la rivalidad basada en el precio o ajustar el precio a las posibilidades del cliente. (Guerrero, Hernández, & Díaz, 2012)

Para el lanzamiento de un nuevo producto, es un gran reto para los gerentes de la empresa, ya que al momento de fijar sus precios, tiene que hacer varios estudios de Mercado y así lanzar el precio nuevo del producto. Generalmente realizan análisis en base a precios informados por el valor, informados por la competencia e informados por los costos. Estos aspectos pueden diferir según sus objetivos. Como por ejemplo el desempeño del mercado o precios más altos, ventajas de producto, los costos relativos, la participación en este ruedo si el precio está mal fijado podría ser letal para la empresa, afectaría el rendimiento de los nuevos productos de la organización (Ingenbleek, Frambach, & Verhallen, 2013)

Categorías

Sostenibilidad

Este indicador considera porque es necesario que en fijación de precios se tenga muy en cuenta todos estos aspectos en el tiempo, como empresario uno siempre tiene que buscar y considerar muchos aspectos sociales, económicos y ambientales.

La forma de compra de los consumidores se está modificando cada vez más situación que afecta a la decisión de precios, rendimiento y la sostenibilidad de las empresas. Las entidades deben estar dispuestas a cualquier cambio y adaptarse a cualquier situación de manera que no afecte de gran impacto en su gestión. El estudio intenta explícitamente determinar el impacto de la práctica de

precios informada por el valor, la práctica de precios informada por la competencia y la práctica de precios informada por los costos en el desempeño y la sostenibilidad de los supermercados. Estos aspectos son muy importantes en fijación de precios. (Agbaeze, Chiemeké, Ogbo, & Ukpere, 2020)

Maximización de utilidad

Cuando las empresas lanzan un nuevo producto, a veces el objetivo es maximizar las utilidades inmediatas. Adoptan una política de precios de desnatado de precios. Esta técnica consiste en elevar los precios y se enfocan en un segmento menos sensible a los precios de los clientes potenciales. Un ejemplo de estos también son considerados las ofertas que lanzan por campaña al inicio lanzan con precios elevados pero terminan bajándose al final. (RYANAIR, 2002)

Segmentación de mercados

La segmentación de mercados juega un papel muy importante en la fijación de precios ya que permite establecer un estándar de precios según las características del mercado al cual se vende los productos. (Gonzaga, Alaña, & Yáñez, 2018)

Estrategias De Fijación De Precios

Es muy importante para las empresas de cualquier actividad tener una buena estrategia de pricing, Robert J. Dolan (1995) aclara que la repercusión de una adecuada fijación de precios de tal forma que. Aproximarse a un precio “correcto” resalta tener un gran impacto. Pequeños cambios pueden generar un resultado muy significativo. (Cordoba & Moreno, 2017)

Una mala fijación de precios podría traer consecuencias grandes en la empresa como el efecto en la rentabilidad, rendimiento y cómo no mencionarlo en la productividad, la labor de un gerente no solo es hacer un estudio de mercado y fijar precios, sino fijarlo estratégicamente. Para este estudio estratégicamente se van hacer un análisis de precios basado en valor, costo, competencia. Altos y

bajos así se clasifican los niveles de los precios. (DeToni, Sperandio, Busata, & Larentis, 2017)

LOS ESQUEMAS MÁS TRADICIONALES DE FIJACIÓN DE PRECIOS

Pricing basado en costos (Cost – Based pricing):

En la evaluación de los costos muy internos de las sociedades señaladas como variables. En principio, debe aguardar que el importe del producto o servicio, contemple los costos de producción, que origine rendimiento; de esta manera produzca utilidad.

Un mal manejo de los niveles del costo, pueden llevar en pérdida a la empresa, desconocer costos adicionales pueden llevar a una mala toma de decisiones.

La fijación de precios con base en costos nos puede llevar a desconocer el valor propio del producto y/o servicio ocasionando que el valor en el campo del mercado sea menor a su real valor agregado. (Cordoba & Moreno, 2017)

En la práctica de fijación de precios los precios basados en costo es considerado un las partes más vitales en la fijación de precios a diferencia la teoría de marketing, este recomienda precios basados en el valor. El costo plus no solo es importante, de la fijación de precios si no también es la esencia de los precios. (Amaral & Guerreiro, 7 October 2019)

Categorías

Costos fijos

Son aquellos costos que son independientes de la actividad productiva de la organización, es invariable porque durante un espacio de tiempo indefinido y adicionalmente suelen ser periódicos mensuales, semanales, anuales, etc. Ejemplos alquileres locales, gastos publicidad, remuneración. Etc. (Cordoba & Moreno, 2017)

Costos variables

Por lo general cuando la actividad productiva se incrementa también sucede que los costos variables aumentan. Lo opuesto a los costos fijos, los costos variables tiene una conducta sincronizada con la actividad productiva. (Cordoba & Moreno, 2017)

Margen de ganancia

Ponerle un margen al producto, utilizando estrategias es muy beneficioso para la empresa.

(Kumar & Chatterjee, 2013) El aumento del precio da como resultado un mayor margen de beneficio, pero reduce el atractivo del producto para los clientes, en este sentido la optimización de la línea de productos tiene ver con la oferta de un conjunto de variantes de producto, se tienen que cumplir ciertos objetivos como es la maximización de utilidad de los compradores y la rentabilidad de los vendedores

La fijación de precios basados en valor:

Se examina la percepción de valor que los clientes tienen de un servicio o bien, el valor es apreciado por los compradores como la semejanza entre los beneficios que ellos estiman del producto. Lo que se espera de esta estrategia es indagar lo que los compradores aguardan o están dispuestos a pagar por un producto y la jerarquía de importe que ellos estarían dispuestos a pagar, se parte de un precio de referencia.

En común, la fijación de precios basados en valor se dice que es el prototipo para la fijación de precios, de manera posibilita a la sociedad darle al comprador lo que el cliente fielmente desea. Por lo tanto, a nivel funcional, es muy complejo descubrir cuál es el precio de alusión que emplean los compradores para contrastar un producto, sobre todo cuando la sociedad se encuentra metido en una organización de mercado en la que existe más de un contrincante cercano y con productos parcialmente diferenciados. En la medida en que la sociedad

pueda localizar un equilibrio entre lo que hace bien y cuanto lo valora el comprador, la fijación de precios basada en valor será conveniente. (Rodríguez, 2015)

Categorías

Precios por buen valor

De aquí parte el valor de que se puede aprovechar del mercado conociendo los precios y ofreciendo productos mismos, calidad, formar, etc. A un precio bajo (Rodríguez, 2015)

Precios valor agregado

Parte de sumarle un valor agregado al producto. No se puede pelear con la competencia en precios ya que podría quebrar la empresa. Lo que sí se puede hacer es ponerle un valor agregado al producto (Rodríguez, 2015)

Precio basado en la competencia (Competition based pricing)

En cuanto a las empresas que fijan sus precios, utilizando esta estrategia como; “en base a la competencia” ante un segmento y sector definido. Aquí no se encuentra una política de precios vinculada a sus productos o servicios. Estos precios son reflejados únicamente por sus competidores. (Cordoba & Moreno, 2017)

Según Villon en su cita al autor Vieja, (2017), estima lo siguiente la estrategia de precios es muy simple, se trate hacer una comparativa de precios de la competencia en productos idénticos a su vez con diferentes esquemas de precios, descuentos, promociones ajustando los precios propios y mantener una oferta comparativa. A su vez menciona lo siguiente. (Villón, 2020)

La innovación de precios puede ser una ventaja competitiva más poderosa. Esta situación no es normal que las empresas la practiquen. La investigación presenta como aumentar las ganancias y al mismo tiempo la satisfacción del cliente además presenta 20 posibles vías para la innovación en la fijación de

precios. Este método funciona en cualquier tipo de sociedad sin afectar la magnitud, nacionalidad, presenta algunas ideas clave sobre cómo aumentar sus ganancias y satisfacción del cliente. (Hinterhuber & Liozu, 2017)

Categorías

Sistema de paridad competitiva

Se estima que cuando hay mucha demanda de los productos en los mercados y está pocos diferenciados. (Villón, 2020)

La empresa no posee ninguna observación de sus precios. Asimismo es una táctica usual cuando existe un importe habitual o de costumbre, como en los regulares.

Fijación de precios por debajo del nivel competitivo

Refiere que para atraer al consumidor se fijan los precios muy pequeños para algunos productos designados esto servirá de atractivo para que el cliente compre en ese establecimiento. (Villón, 2020)

Fijación de precios por encima del nivel competitivo

Para atraer al cliente se fijan precios más elevados que los del rival con finalidad de dar una idea de calidad y prestigio de sus productos. Partiendo del supuesto que el cliente suele asociar precio y calidad. (Villón, 2020)

Punto importante es una estrategia que una vez ganado el mercado aplican esta técnica ya que suele dar buenos resultados.

Los precios elevados es una estrategia de venta que se sugiere en esta investigación resuelve un problema de precios dinámicos para clientes miopes con el requisito adicional de una nueva. Esta estrategia de mecanismos de precios robustos, en todos los efectos y casi Óptimo. (Chen & Farias, 2018)

Formulación del problema

El Problema general es, ¿Cuál es la relación que existe entre la rentabilidad para la fijación de precios en fabricación de cocinas industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020?

El Problema específico 1 es, ¿Cuál es la relación que existe entre la rentabilidad económica y la fijación de precios en fabricación de cocinas industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020?

El Problema específico 2 es, ¿Cuál es la relación que existe entre la rentabilidad financiera y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020?

El Problema específico 3 es, ¿Cuál es la relación que existe entre el rendimiento y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020?

El Problema específico 4 es, ¿Cuál es la relación que existe entre la inversión y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020?

Justificación de la investigación

La presente investigación tiene justificación práctica, porque la empresa puede precisar y/o planificar de qué manera se pueden fijar mejor los precios y así obtener una mejor rentabilidad en el negocio. Sirven de referencia para examinar mejor los aspectos relacionados sobre la rentabilidad de la empresa y su fijación de precios ya que son puntos claves para la sobrevivencia de las empresas, parte de la fijación de precios. Si este factor principal del negocio, si está mal establecido, entonces no se sabrá su rentabilidad real, no tendrá oportunidad de sobrevivir el negocio. Esta investigación colaborará con el aporte práctico para los empresarios que deseen respaldar una economía y prevenir pérdidas por no tener mejor control de los instrumentos que están relacionados con el precio por haber determinado por debajo de sus costos. Aporta aspectos

teóricos donde presenta conceptos básicos e interpretaciones sencillas de fácil comprensión, acerca de las variables de estudio y variables de asociación en cuestión, sustentada en autores reconocidos en el ámbito de investigación, de manera que dicha investigación servirá como base para otras investigaciones relacionadas. A su vez esta investigación tiene justificación metodológica. Del cual, para la recolección de información se ha utilizado un instrumento de tipo encuesta y se aplicó un cuestionario de manera que sirvió de apoyo para conseguir los objetivos planteados en la investigación.

Hipótesis

Hipótesis general

Existe una relación significativa entre la rentabilidad para la fijación de precios en fabricación de cocina industriales de la empresa Citegas, Arequipa, 2020

La Hipótesis específicos 1 es, Existe una relación significativa entre la rentabilidad económica para la fijación de precios en fabricación de cocina industriales de la empresa Citegas, Arequipa, 2020

La Hipótesis específicos 2 es, Existe una relación significativa entre la rentabilidad financiera y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

La Hipótesis específicos 3 es, Existe una relación significativa entre el rendimiento y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

La Hipótesis específicos 4 es, Existe una relación significativa entre la inversión y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la rentabilidad para la fijación de precios en fabricación de cocina industriales de la empresa Citegas, Arequipa, 2020

El **Objetivo específico** 1 es, determinar la relación que existe entre la rentabilidad económica para la fijación de precios en fabricación de cocina industriales de la empresa Citegas, Arequipa, 2020

El **Objetivo específico** 2 es, determinar la relación que existe entre la rentabilidad financiera y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020.

El **Objetivo específico** 3 es, determinar la relación que existe entre el rendimiento y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

El **Objetivo específico** 4 es determinar la relación que existe entre la inversión y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de la investigación

➤ **Diseño de investigación**

Tipo no experimental.- en esta investigación se realiza, no se manipulan adrede las variables. Solo se observa los fenómenos ya existentes y se analiza. (Hernandez, 2014)

Y la utilización en este trabajo, es el diseño no experimental, a causa de que no se manipuló ninguna de las variables que serán tratadas.

Diseño de corte transeccional.- el investigador recolecta datos en un solo momento, examina la información un periodo un año. (Hernandez, 2014)

El diseño es de transaccionales correlacionales, de manera que se pretenda determinar la relación que hay a través de la variable de estudio y la variable de asociación.

Es de enfoque cuantitativo.- es un conjunto de procedimientos, es secuencial y demostrativo. No se puede obviar pasos, es muy riguroso en sus secuencias, para probar hipótesis utiliza la recopilación de información, con base en el estudio estadístico y la evaluación numérica. Con la determinación de constituir comportamientos y probar hipótesis. (Hernandez, 2014)

En la investigación será de enfoque cuantitativos ya que evaluarán situaciones de forma objetiva donde se realizarán, tipo encuestas, donde se propondrá cuestionarios con opciones de respuestas objetivas.

➤ **Nivel de investigación**

Esta investigación se situó en el nivel **correlacional**

Correlacionales

Este nivel de estudio según el autor (Hernandez, 2014). Este esquema sostiene como deseo de comprender el nivel de relación, asociación que se encuentra entre estas dos o más variables. En una prueba o relación en concreto.

Para el autor (Vasquez, 2014), menciona que tiene que trabajar mínimo con dos variables llamadas **Asociadas o Covariables**. Una de ella se identifica de hecho y la otra se determina de la asociación relación con esta. También dice que no hay influencia una en la otra. Importante mencionar que en este nivel no hay variables dependientes mucho menos independientes. No hay causa efecto. Menciona también que usan los estadísticos Pearson, Kendal datos agrupados coeficiente de correlación para estudio de los resultados.

Está presente la investigación, la variable de estudio “la rentabilidad” y “fijación de precios” se pretende describir ambas variables en su contexto natural, luego se pretende verificar si tiene o no relación o grado de relación que tengan ambas variables.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla 1

La rentabilidad para la fijación de precios en fabricación de cocinas industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

PROBLEMAS	Objetivo General.-	Hipótesis General.-	VARIABLES estudio
<p>¿Cuál es la relación que existe entre la rentabilidad para la fijación de precios en fabricación de cocinas industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020?</p>	<p>Determinar la relación que existe entre la rentabilidad para la fijación de precios en fabricación de cocina industriales de la empresa Citegas, Arequipa, 2020</p>	<p>Existe una relación significativa entre la rentabilidad para la fijación de precios en fabricación de cocina industriales de la empresa Citegas, Arequipa, 2020</p>	<p>Rentabilidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Económica • R. Financiera • Rendimiento • Inversión
Problemas Específicos.-	Objetivos Específicos.-	Hipótesis Específicos.-	V. asociación
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cuál es la relación que existe entre la rentabilidad económica y la fijación de precios en fabricación de cocinas industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020? 2. ¿Cuál es la relación que existe entre la rentabilidad financiera y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020? 3. ¿Cuál es la relación que existe entre el rendimiento y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020? 4. ¿Cuál es la relación que existe entre la inversión y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determinar la relación que existe entre la rentabilidad económica para la fijación de precios en fabricación de cocina industriales de la empresa Citegas, Arequipa, 2020 2. Determinar relación que existe entre la rentabilidad financiera y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020 3. Determinar la relación que existe entre el rendimiento y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020 4. Determinar la relación que existe entre la inversión y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Existe una relación significativa entre la rentabilidad económica para la fijación de precios en fabricación de cocina industriales de la empresa Citegas, Arequipa, 2020 2. Existe una relación significativa entre la rentabilidad financiera y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020 3. Existe una relación significativa entre el rendimiento y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020 4. Existe una relación significativa entre la inversión y la fijación de precios en fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020 	<p>Fijación de precios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo • Costo • Oferta • Demanda

3.2. Variables

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 2

La Rentabilidad para la fijación de precios en fabricación de cocinas industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

Variable de interés	Concepto: operacionalizacional	Cuadro de Variables de asociación	Indicador /Categorías	Tipo de variable
La Rentabilidad.- La rentabilidad es un principio que se emplea a todo acto económico en la que se reclutan medios materiales, humanos y/o financieros con el fin de alcanzar evidentes resultados (Ccaccya, 2015)	Para esta investigación de la variable rentabilidad está utilizando las dimensiones de rentabilidad económica, rentabilidad financiera, rendimiento e inversión.	Rentabilidad económica	Cantidad de Activos totales	Ordinal
			Manejo de la rentabilidad	Ordinal
		Rentabilidad financiera	Beneficio antes de impuestos e intereses	Ordinal
			Margen	Ordinal
		Rendimiento	Rotación	Ordinal
			Apalancamiento	Ordinal
			Rendimiento de capital	Ordinal
		Inversión	Rendimiento de los activos totales	Ordinal
			Rendimiento de la Inversión	Ordinal
			Financiamiento externo	Ordinal
Fijación de Precios.- Es muy importante para la organización que requiere mucha atención Debido a su constante cambio tomar en cuenta los siguientes elementos. Costos, valor y competencia, (GARCÍA, 2019)	Para la variable fijación de precios se va a utilizar las dimensiones de objetivos, costos, valor y competencia.	Objetivos	Financiamiento interno	Ordinal
			El rendimiento esperado	Ordinal
		Precios basado en costos	Sostenibilidad	Ordinal
			Maximización de utilidad	Ordinal
		precios basados en valor	Segmentación de mercados	Ordinal
			Costos fijos	Ordinal
		Precio basado en la competencia	Costos variables	Ordinal
			Margen de ganancia	Ordinal
			buen valor	Ordinal
			valor agregado	Ordinal
	Sistema de paridad competitiva	Ordinal		
	precios por debajo del nivel competitivo	Ordinal		
	precios por encima del nivel competitivo	Ordinal		

➤ **Variable**

Según el autor (Vasquez, 2014), define a una variable como, propiedad de algo que pueda cambiar y cuyo cambio es apto de evaluar o examinar, a su vez indica que se expresa en sustantivo o frase sustantiva. Cabe resaltar que están compuestas por dimensiones y/o indicadores e índices.

En esta investigación la variable de interés es: **La rentabilidad**, variable expresada en sustantivo y cuya modificación es susceptible de medir u observar, en diferentes momentos.

Por la coyuntura del estudio existe una variable de asociación que es: **fijación de precios**, llama así por el nivel de estudio, esta variable que está afectada por el aspecto o acto de la variable de estudio

➤ **Las dimensiones**

Según el autor (Vasquez, 2014), “define a las dimensiones, dado que vienen a ser subvariables o variables con rangos más cercanos al indicador. También menciona que son conocidas como, las áreas o aspectos en la que se divide la variable.”

En este estudio la dimensión tomada en consideración, de la variable de estudio o variable principal es, la rentabilidad sus indicadores vendrían a ser: **la rentabilidad económica, rentabilidad financiera, rendimiento e inversión**. Para la segunda variable llamada de asociación es: fijación de precios y sus indicadores son los siguientes, **objetivos, fijación de precios basados en costos, fijación de precios basados en competencia, fijación de precios basados en valor**. Dimensiones con niveles cercanos al indicador, que servirán para conocer a detalle el problema en mención.

➤ Indicadores

Para el autor (Vasquez, 2014), da una definición a los indicadores. En una interpretación limitada, los indicadores son informaciones, a su vez son datos o factores que ayudan a localizar la ubicación de la problemática a examinar.

Para esta investigación los datos a estudiar son: en caso de las dimensiones La rentabilidad económica, sus indicadores o datos a estudiar son: **Activos totales, Rendimiento del capital (ROE) y Margen Bruto**. Para la dimensión rentabilidad financiera, sus indicadores o datos de estudio son: **Rendimiento de capital (RC), Rendimiento de los activos totales o Rendimiento de la Inversión (RAT), Margen neto de utilidades (MNU)**. Para la dimensión rendimiento, sus indicadores o datos de estudio son: **rendimiento de capital, rendimiento de activos totales, rendimiento de la inversión**. Inversión es una de las últimas dimensiones y sus indicadores son: **Financiamiento externo, Financiamiento interno, El rendimiento esperado, El riesgo aceptado**. Todos los indicadores o datos de estudio mencionados corresponden a la variable de estudio “la rentabilidad”. A continuación se procederá mencionando las dimensiones de la segunda variable de asociación que es “fijación de precios” unos de sus dimensión es: **objetivos**, unos de sus indicadores es: sostenibilidad, maximización de utilidad, segmentación de mercado. Uno de sus dimensiones es: fijación de precios basados en costo, sus indicadores son: **Costos fijos, Costos variables y Margen de ganancia**. Para la dimensión fijación de precios basados en valor, sus indicadores son: **Precios por buen valor y Precios valor agregado**. Y la dimensión de fijación de precios basados en competidores, sus indicadores de esta dimensión son: **Sistema de paridad competitiva, Fijación de precios por debajo del nivel competitivo y Fijación de precios por encima del nivel competitivo**. Estos indicadores o datos de estudio nos ayudarán a ver la realidad de la problemática en mención. Y se describe tal como se manifiesta en la problemática.

➤ **Los índices**

Para el autor (Vasquez, 2014), “menciona que los índices son las categorías o escalas de medición de un indicador. También indica que algunos lo llaman criterio de valoración.”

Para la investigación se emplea la escala de Likert donde ayudará a medir en forma ordenada las preguntas sugeridas al encuestado.

Escala de medición.- la escala de medición de la investigación categórica ordinal. Ambas variables de asociación son aleatorias.

3.3 Población y muestra

➤ ***Población***

El autor (Vara, 2012), nos indica que para efectuar con los objetivos de estudio los fundamentos de indagación se conoce como población donde es un grupo de (como objetos, personas, documentos, eventos, empresas, situaciones, etc.) a estudiar. También menciona que la población son grupos de individuos u objetos que tiene uno o más similitudes en lo usual se ubican en un dimensión tiempo o demarcación y se transforman en el pasar del tiempo. A su vez resalta que se puede tener más de una población según la complejidad de las variables dependerá de sus objetivos de estudio.

Población el autor lo define como: Es una agrupación de los casos que corresponden con determinadas especificaciones. A su vez resalta que la población debe definirse claramente en lugar y tiempo del estudio. (Hernandez, 2014)

Nuestra población a efectos de esta investigación está constituida por un total de 20 trabajadores del área de administración, de la empresa Citegas EIRL. Ubicado en el departamento de Arequipa Perú.

Tabla 3 *Población del estudio*

Área	total
Gerente general	1
Administrador	3
Marketing	3
Logística	3
Auxiliar contable	2
Asistente administrativo	4
Área de ventas	4
total	20

Fuente: Elaboración propia

➤ **Muestra**

Según el autor (Hernandez, 2014), dice lo siguiente. Dice que es un subgrupo de nuestra población, se clasifican en representativas, al azar y aleatorias. En enfoque cuantitativo deben ser al azar y aleatorio. Categoriza en dos grandes secciones muestras no probabilísticas y probabilística.

➤ **Muestreo**

Para el autor (Vara, 2012), define que es una sucesión de sacar una muestra a partir de una población, también indica que un muestreo tiene periodos bien concretos cada uno necesita que tomes mejores decisiones.

En esta investigación no existe tipo de muestreo, por lo que la muestra está compuesta por los mismos elementos de la población de estudio

Tabla 4 *Muestra de la investigación*

Área	total
Gerente general	1
Administrador	3
Marketing	3
Logística	3
Auxiliar contable	2
Asistente administrativo	4
Área de ventas	4
total	20

Fuente: Elaboración propia

3.4. Técnicas de recolección de datos “instrumentos”

➤ ***Recolección de datos “Técnicas”***

El procedimiento que ha de utilizar en esta investigación, se aplicará la **técnica de la encuesta**, y se realizará un cuestionario a los dueños y encargados de la conducción de la administración de la empresa. De tal manera ayudará a recolectar datos a través de las respuestas obtenidas de los cuestionarios otorgados por los responsables de la gestión de la empresa Citegas EIRL.

Ficha de observación: es un instrumento que se utiliza para registrar los hechos observados de manera sistemática y detallada de los datos significativos de las fuentes consultadas.

➤ ***Instrumentos de recolección de datos:***

En la siguiente investigación. Los instrumentos de medición que se va a utilizar es:

- **El cuestionario estructurado**

Para el autor (Vara, 2012) “lo define como un instrumento cuantitativo y se utiliza para evaluar o apuntar circunstancias y escenarios. Este cuestionario es

estructurado por la elección de las respuesta a cada interrogante tiene alternativas predefinidas y esto facilita mucho a la investigación”

- **Observación directa**

El investigador tiene contacto directo con los elementos de estudio, para la obtención de información de primera fuente. Considerando que la información será extraída en datos estadísticas originales que resaltan la veracidad en la información presentada.

Con la finalidad de llevar cabo la técnica de la encuesta y la utilización de los cuestionarios y la observación para esta investigación forma cuantitativa por que se aplicaran preguntas cerradas cada opción tendrá un valor de medición que se va a realizar a los colaboradores de la gestión de la empresa Citegas EIRL. Y se describirán los hechos de las fuentes tal como ocurran.

3.5. Procedimiento

- ***Contexto de la investigación***

Este estudio se desarrolló en la empresa Citegas EIRL. Del departamento de Arequipa, tiene como actividad principal de fabricación de cocinas industriales. Así mismo se encuentra conformada por el área de administración área de ventas, marketing y logística. Los procedimientos realizados en el estudio para la recolección de información, se tuvo que iniciar aplicando un cuestionario a los colaboradores de la empresa que están ligados con la administración de la empresa. Luego para analizar la información se utilizó los programas estadísticos como Excel Y SPSS y se llegó a los resultados que serán explicados detalladamente en el apartado de resultados, conclusiones y recomendaciones. Que luego servirán de referencia para la mejora de la empresa

- ***Confiabilidad***

Según el autor (Vara, 2012) define la palabra fiabilidad como: el nivel en la que la práctica reiterado de un instrumento al mismo individuo, objeto o situación,

que origina igual resultado, tiene la facultad de realizar resultado conveniente (iguales) en el momento que se aplique por n veces. El resultado es lo mismo.

Para que el instrumento de medición tenga confiabilidad será empleado un ensayo piloto compuesta por 20 colaboradores que se encuentran en el departamento de Arequipa, distrito de Paucarpata, del cual estos colaboradores reunieron las mismas características quienes reúnen la población de la investigación.

Para la variable de estudio “la rentabilidad” se utilizará el instrumento de cuestionario estructurado, en forma de Likert a los colaboradores de la empresa citegas EIRL se realiza cuestionarios y analizará las respuestas de cada uno de los implicados en la muestra de la investigación, siendo el fin evaluar su percepción respecto al nivel de evidenciados con el método el **Alfa de Cronbach** este método es fácil para conocer si el ensayo de evaluación es fiable a fin de advertir el nivel de confiabilidad o veracidad del instrumento:

Para la variable de asociación “fijación de precios” se utilizará cuestionarios de tipo escala de Likert preguntas a los trabajadores de la empresa siendo el fin evaluar su percepción respecto al nivel de objetivos, costos, oferta y demanda, en relación a la variable de asociación referida, luego los resultados serán evidenciados con el método el **Alfa de Cronbach** este método es fácil para saber si este ensayo de evaluación es fiable a fin de advertir el nivel de confiabilidad del instrumento:

Para este estudio, la confiabilidad es aplicable a los resultados que se efectuaron a los 20 colaboradores de empresa, que fueron encuestados. Se detalla la escala de valores para el coeficiente de confiabilidad, para elaborar esta prueba se utilizó Microsoft de EXCEL y software estadístico SPSS versión 25, aplicado SEGÚN PREGUNTAS del instrumento según (Hernández et al., p. 200, 2014):

- ✓ No es confiable: -1 a 0
- ✓ Baja confiabilidad: 0,01 a 0,49

- ✓ Moderada confiabilidad: 0,5 a 0,75
- ✓ Fuerte confiabilidad: 0,76 a 0,89
- ✓ Alta confiabilidad: 0,9 a 1

➤ **Validez del instrumento:**

Par el autor (Vara, 2012)” detalla cómo: el valor en que el instrumento evalúa a la variable, se entiende al valor de certeza almacenada sobre que evalúa el instrumento.”

Se utilizó el **Alfa de Cronbach** con el propósito de medir la confiabilidad del instrumento que a su vez contó con la validez de criterio y contenido. Al medir el instrumento dio como resultado de 0.910

➤ **Validez de contenido:**

Se determina por medio de juicio de jueces. Se evalúa si las variables de estudio son adecuadas o mide apropiadamente las principales dimensiones de la variable de estudio en disputa. (Vara, 2012)

Los instrumentos de esta investigación fueron validados por juicio de expertos de profesionales de niveles magíster/doctores de carreras profesionales del área contable y/o economistas (tabla 3), quienes valiéndose de su conocimiento hacia la materia dieron conformidad firmando los formatos elaborados por la universidad César Vallejo.

Tabla 5 *Datos de los jueces*

Nivel es estudio	Apellidos y Nombre	Opinión
• Dr. En economía	• Benavente Valdivia Félix Alfredo	Adecuado
• Dr. En Administración, Contador, Auditor	• Espinoza Cruz Manuel Alberto	Adecuado
• Mg. Finanzas y Administración de Negocios	• Chávez Huallani Jorge Luis	Adecuado

Fuente: Elaboración propia

3.6. Métodos de análisis de datos

El siguiente estudio se utilizará programas estadísticos y análisis de datos donde se considera lo siguiente: La información obtenida del cuestionario se pasará a hojas de cálculo de Microsoft Excel, que serán tabulados en este programa de base de datos. Para luego ser examinados en software SPSS versión 25 que luego será presentados a través de tablas y gráficos.

Las pruebas estadísticas realizadas se aplicaron el alfa de cronbach para medir la confiabilidad del instrumento, luego se utilizó la correlación de Rho de Spearman esto para la observación de las correlaciones de las variables

3.7. Aspectos éticos

Que fomente la integridad obedeciendo las normas de severidad científico, compromiso y honradez para preservar los derechos y comodidad de los participantes de estudio. A su vez menciona el medio de emplear, el código de ética es imprescindible en general para, aquellos que realicen investigación para la UCV. En los principios éticas de la investigación, se reconoce que debe haber. Autonomía, beneficios, competencia profesional y científica, integridad humana, justicia, libertad, no maleficencia, consideración de pertenencia intelectual, responsabilidad, transparencia, precaución, el indagador debe de anteponer y debe haber obediencia en todos estos principios para llevar una buena

investigación, se debe tener en cuenta que la falsedad de datos, plagios, destrucción de experimentos y/o fabricación de datos, es una falta grave a la ética de la investigación. Donde se categoriza por infracción grave, infracción leve e infracción muy grave dependiendo de la coyuntura de infracción cometida. Si se comprueba la infracción, según la gravedad, el castigo será sometido a deliberación del tribunal de honor, jefatura de la administración del talento humano de la (UCV, 2017)

El autor (Alvarez, 2018), menciona la investigación en personas se sostiene en 3 principios fundamentales; consideración por las personas, filantropía y justicia. La sociedad está obligada a tener en consideración estos principios cada vez que se realice investigación con humanos. En las últimas décadas se han realizado normas de códigos de ética para la elaboración de investigación con personas. Consideración por las personas, filantropía y justicia. A su vez indica que primero se debe puntualizar con respecto a la investigación y quienes son los integrantes del estudio. Es esencial primero conseguir la autorización de los colaboradores antes del estudio. Es importante reconocer este consentimiento de información en seres humanos, es respetar los principios éticos de respeto por las personas, eso da lugar el derecho y autonomía de la información recibida por el participante

En la presente investigación se proceda recopilar información autorizada por los participantes en la investigación, respetando sus derechos y cuidado su integridad personal, con responsabilidad, honestidad se procederá a recopilar la información sin alterar ni realizar mala praxis, siempre respetando y cumpliendo los códigos de ética.

IV. RESULTADOS

Resultados descriptivos

Resultado descriptivos por ítem

Los resultados obtenidos con la técnica de encuesta y la información recopilada con la técnica de cuestionario para cada variable como la variable principal o de estudio que es. La rentabilidad tiene relación con la variable de asociación que es fijación de precios, en la empresa Citegas EIRL.

Temas de relación con la normalidad

Para realizar las pruebas de normalidad se deben de considerar lo siguiente:

Ho = Datos no difieren de la distribución normal

H1 = Datos difieren de la distribución normal

El Alfa tiene como límite de 0.05

Tabla 6

Resultado del alfa de cronbach del instrumento

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas

Fuente: Elaboración Propia, obtenidos del software SPSS versión 25.

Tabla 7

Confiabilidad de la variable la rentabilidad para la fijación de precios

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,910	41

Fuente: elaboración propia obtenidos del software SPSS versión 25

Análisis de la Tabla 5.-

Según la información obtenida con la prueba de Alpha de Cronbach en este estudio resultó de 0.910 por lo que se dice que el instrumento es altamente confiable; tomando en estima que los valoración de Alfa de Cronbach sobresaliente a 0.75 que son adecuados para respaldar que el instrumento es, dado que el valor está cercano a 1 siendo valor superior para la confiabilidad el instrumento. Sustentado en la definición del autor **(Hernández et al., p. 200, 2014)**

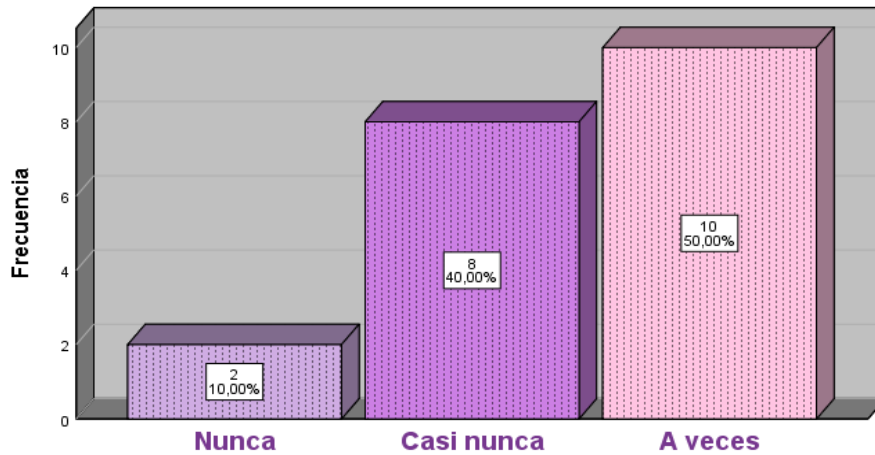
Tabla 8

Considera que la cantidad de activos fijos que posee la empresa cubre todas las necesidades de la fábrica citegas EIRL

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	2	10,0	10,0	10,0
Casi nunca	8	40,0	40,0	50,0
A veces	10	50,0	50,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 1



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N°: 6, 1

Se puede visualizar en la tabla y gráficos, del total de 100% de encuestados el 50% con frecuencia 10 encuestados, consideran que a veces la cantidad de activos fijos que posee la empresa cubre todas las necesidades de la fábrica citegas EIRL, mientras tanto con un 40% con frecuencia de 8 encuestados nos indican que casi nunca cubre esas necesidades de la empresa y una parte pequeña indica que nunca cubre esas necesidades de la empresa citegas EIRL.

Análisis de la tabla y gráfico N°:

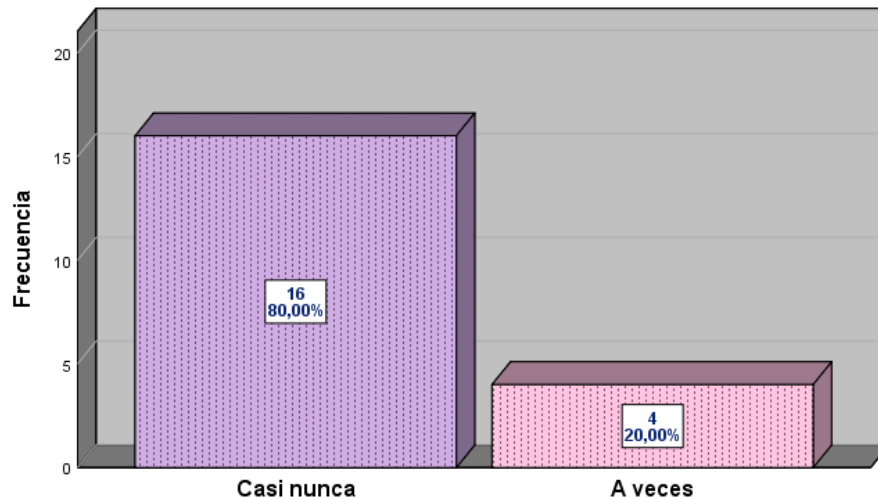
Tabla 9

La empresa citegas EIRL calcula su rentabilidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	16	80,0	80,0	80,0
A veces	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 2



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N°: 9, 2

Se puede visualizar en la tabla y gráfico del total de 100% de la muestra, más del 50% nos indican que casi nunca la empresa Citegas EIRL. Calcula su rentabilidad, mientras tanto una parte pequeña nos afirma que a veces la empresa calcula su rentabilidad.

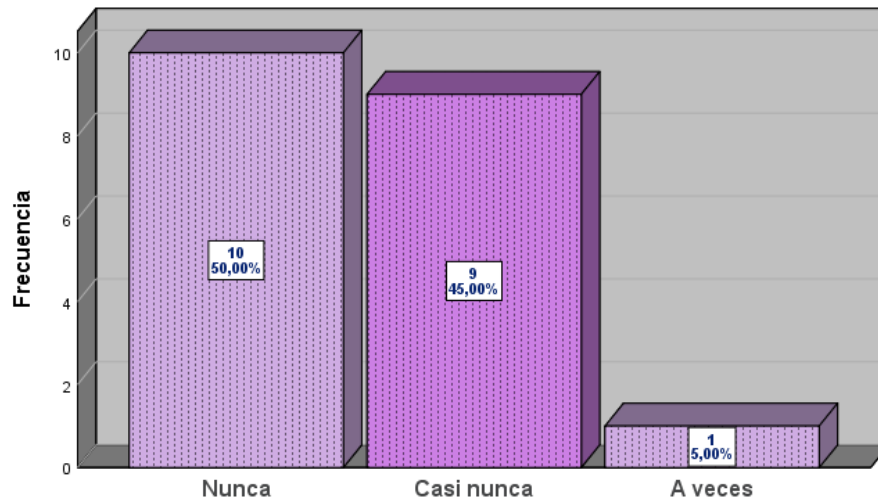
Tabla 10

Se tiene conocimiento del beneficio obtenido del manejo de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	10	50,0	50,0	50,0
Casi nunca	9	45,0	45,0	95,0
A veces	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 3



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N°:10, 3

Se puede verificar en la tabla y gráfico del 100% total de los encuestados, 50% con frecuencia de 10 encuestados afirman que nunca, se tiene conocimiento del beneficio obtenido del manejo de la empresa, mientras tanto un 40% con frecuencia 9 de encuestados afirman que casi nunca se tiene conocimiento del beneficio obtenido del manejo de la empresa. Una parte pequeña con 5% con frecuencia de 1 encuestado afirma a veces se tiene conocimiento del beneficio obtenido del manejo de la empresa.

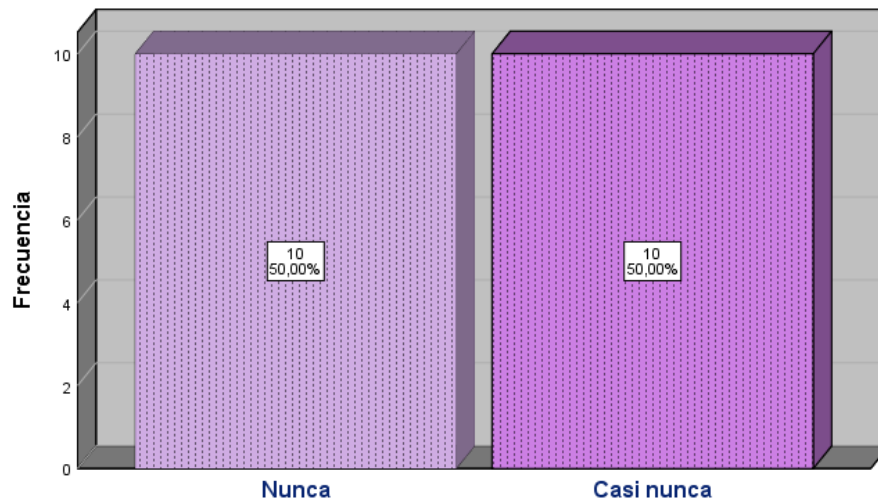
Tabla 11

Se conoce el cálculo de su beneficio antes de impuestos e intereses.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	10	50,0	50,0	50,0
Casi nunca	10	50,0	50,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 4



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N°: 11,4

Se puede verificar en la tabla y gráfico del total de 100% de nuestra muestra el 50% con frecuencia 10 encuestados afirman que nunca se conoce el cálculo de su beneficio antes de impuestos e intereses mientras tanto otro grupo de 50% con frecuencia de 10 encuestados nos menciona que casi nunca se conoce el cálculo de su beneficio antes de impuestos e intereses.

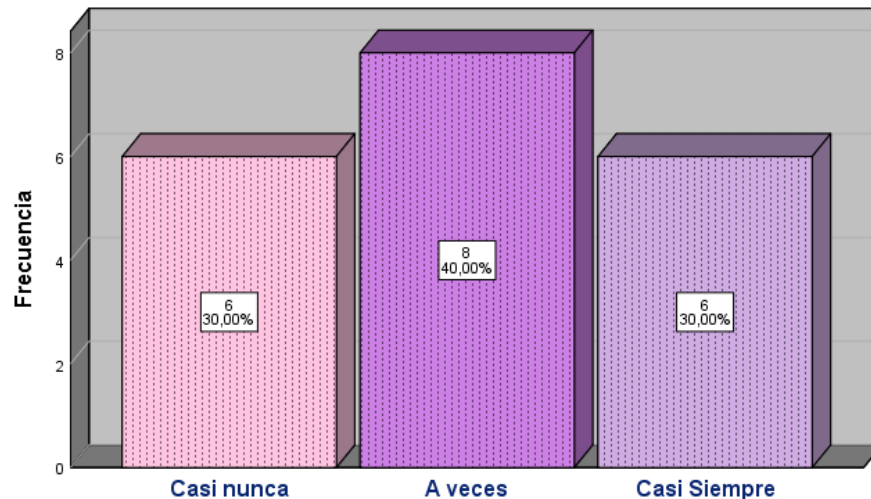
Tabla 12

Para la empresa citegas, se llega a la meta en sus ventas proyectadas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	6	30,0	30,0	30,0
A veces	8	40,0	40,0	70,0
Casi Siempre	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 5



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N°: 12, 50

Se puede verificar en la tabla y gráfico del total de 100% de la muestra, el 40% de nuestros encuestados afirman que a veces se llega a la meta en sus ventas proyectadas, mientras tanto el 30% de nuestros encuestados afirman que casi nunca se llega a la meta en sus ventas proyectadas a su vez el 30% de nuestros encuestados afirman que casi siempre se llega a la meta en sus ventas proyectadas.

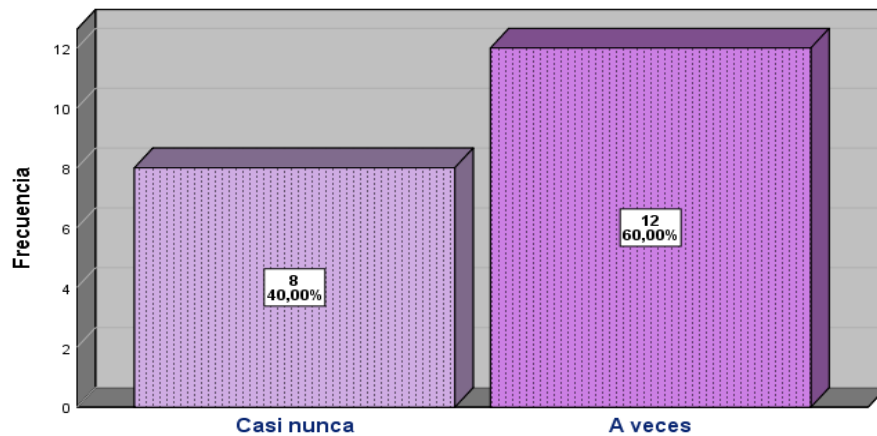
Tabla 13

La empresa práctica esta metodología de rotación para atraer a sus clientes.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	8	40,0	40,0	40,0
A veces	12	60,0	60,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 6



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N°: 13, 6

Se muestra en la tabla y gráficos del total de 100% de encuestados, se observa que más del 50% de nuestros encuestados afirma que a veces la empresa práctica esta metodología de rotación para atraer a sus clientes, mientras tanto el 40% los encuestados afirman que casi nunca la empresa practica esta metodología de rotación para atraer a sus clientes.

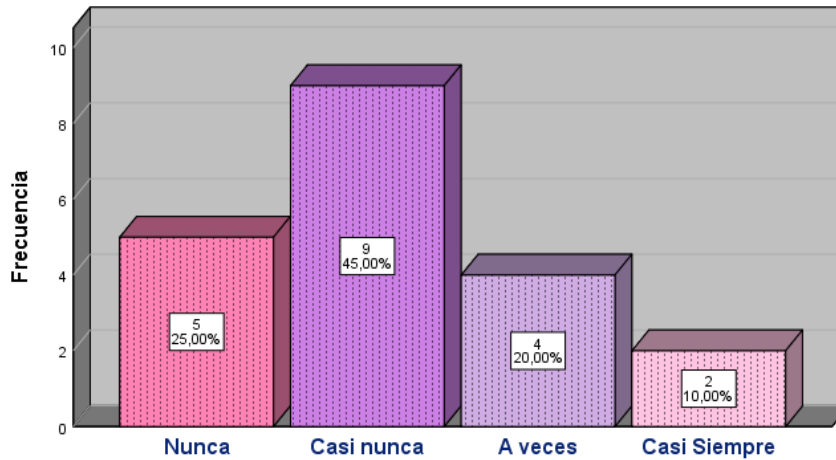
Tabla 14

Para el crecimiento de su negocio realiza préstamos de terceros haciendo un estudio de apalancamiento de su deuda.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	5	25,0	25,0	25,0
Casi nunca	9	45,0	45,0	70,0
A veces	4	20,0	20,0	90,0
Casi Siempre	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 7



Fuente: elaboración propia
Análisis de la tabla y gráfico N° 14, 7

Se muestra en la tabla y gráfico del total de 100% de nuestra muestra, el 45% de nuestros encuestados con afirman que casi nunca realizan préstamos de terceros haciendo un estudio de apalancamiento de su deuda, mientras tanto el 25% de nuestros encuestados afirman que nunca realizan préstamos de terceros haciendo un estudio de apalancamiento de su deuda, otro grupo de 20% de nuestros encuestados afirman que a veces realizan préstamos de terceros haciendo un estudio de apalancamiento de su deuda, mientras tanto un grupo pequeño de 10% de encuestados afirman que casi siempre se realiza préstamos de terceros haciendo un estudio de apalancamiento de su deuda.

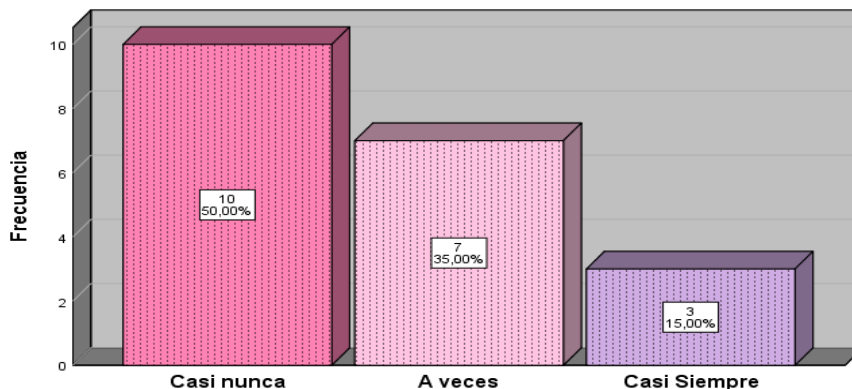
Tabla 15

Considera que hay satisfacción del rendimiento de capitales de la inversión de los propietarios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	10	50,0	50,0	50,0
	A veces	7	35,0	35,0	85,0
	Casi Siempre	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 8



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 15, 8

Se visualiza en la tabla y gráfico del 100% de nuestros encuestados, el 50% con frecuencia de 10 encuestados afirman que casi nunca hay satisfacción del rendimiento de capitales de la inversión de los propietarios, otro grupo de 35% de encuestados afirman que a veces hay satisfacción del rendimiento de capitales de la inversión de los propietarios, por otra parte no menos importante un 15% de encuestados afirman que casi siempre hay satisfacción del rendimiento de capitales de la inversión de los propietarios.

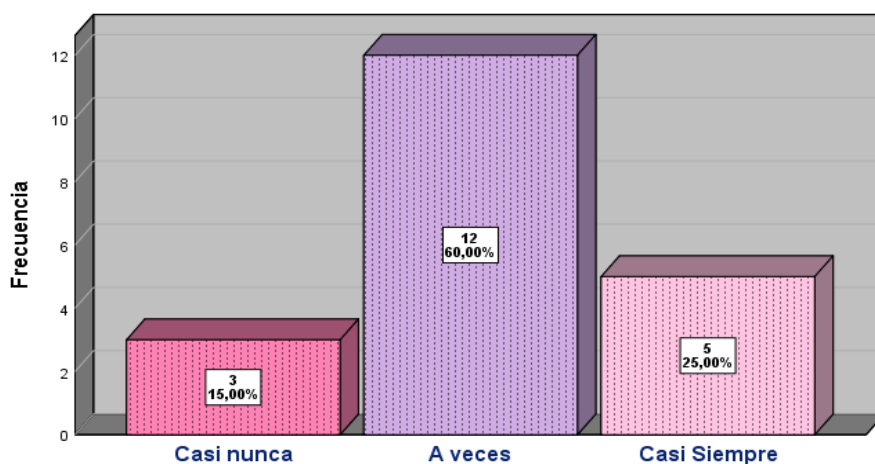
Tabla 16

Consideran que el rendimiento de los activos totales mide la efectividad de la administración.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	3	15,0	15,0	15,0
A veces	12	60,0	60,0	75,0
Casi Siempre	5	25,0	25,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 9



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 16, 9

Se puede verificar en la tabla y gráfico del 100% de nuestra muestra, el más del 50% con frecuencia de 12 encuestados afirman que a veces consideran que el rendimiento de los activos totales mide la efectividad de la administración, mientras tanto el 25% con frecuencia de 5 encuestados afirman que casi siempre, consideran que el rendimiento de los activos totales mide la efectividad de la administración. A su vez el 15% con frecuencia de 3 encuestados afirman que casi

nunca, consideran que el rendimiento de los activos totales mide la efectividad de la administración.

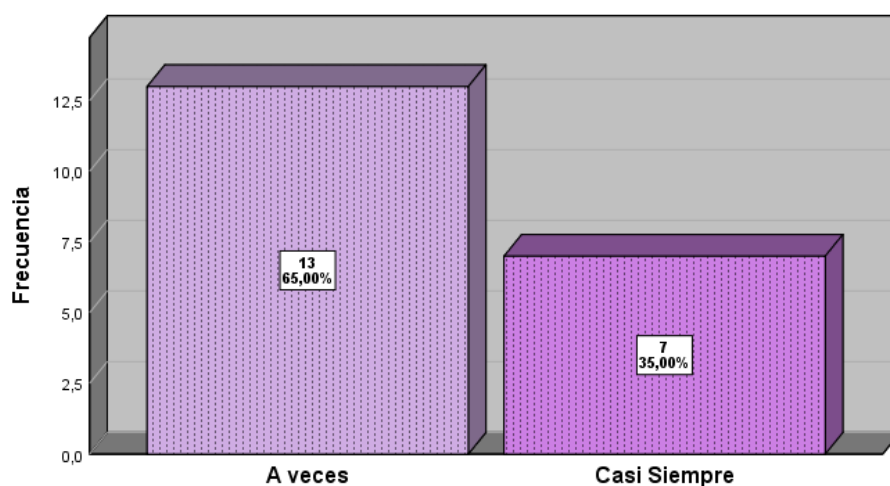
Tabla 17

Consideran que el rendimiento de la inversión se debe a la buena utilización de técnicas y estrategias del buen manejo de su negocio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	13	65,0	65,0	65,0
Casi Siempre	7	35,0	35,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 10



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 17, 10

Se aprecia en la tabla y gráfico, que del 100% de nuestros encuestados, más del 50% con frecuencia de 13 encuestados afirman que a veces consideran que el rendimiento de la inversión se debe a la buena utilización de técnicas y estrategias del buen manejo de su negocio. Por otro lado el 35% con frecuencia de 7 encuestados afirman que casi siempre, consideran que el rendimiento de la

inversión se debe a la buena utilización de técnicas y estrategias del buen manejo de su negocio.

Tabla 18

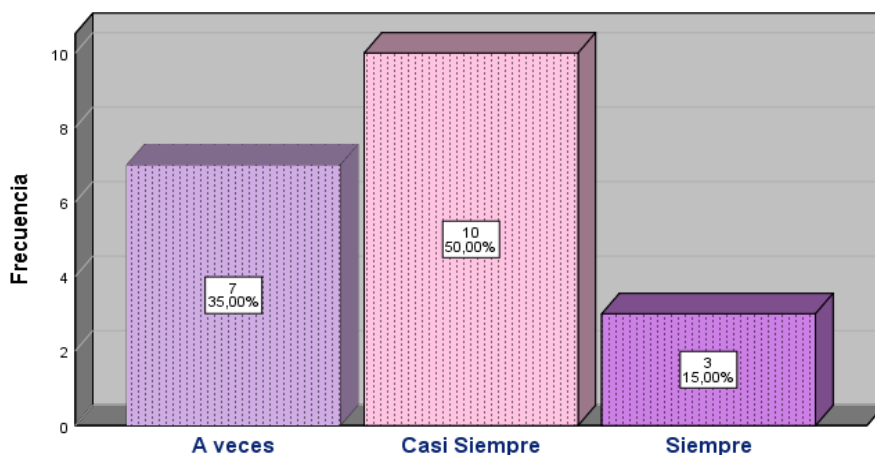
La inversión de la fábrica citegas EIRL. Cuenta con financiación externa como préstamos bancarios, terceros, etc.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	7	35,0	35,0	35,0
Casi Siempre	10	50,0	50,0	85,0
Siempre	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 11

¿La inversión de la fábrica citegas EIRL. Cuenta con financiación externa como préstamos bancarios, terceros, etc.?



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 18, 11

Se puede apreciar en la tabla y gráfico del 100% de nuestros encuestados, el 50% con frecuencia de 10 encuestados afirman que casi siempre la inversión de la fábrica citegas EIRL. Cuenta con financiación externa como préstamos bancarios, terceros, etc. Por otro lado el 35% con frecuencia de 7 encuestados afirman que a veces, la inversión de la fábrica citegas EIRL. Cuenta con financiación externa

como préstamos bancarios, terceros, etc. otro grupo de 15% con frecuencia de 3 encuestados afirman que siempre, la inversión de la fábrica citegas EIRL. Cuenta con financiación externa como préstamos bancarios, terceros, etc.

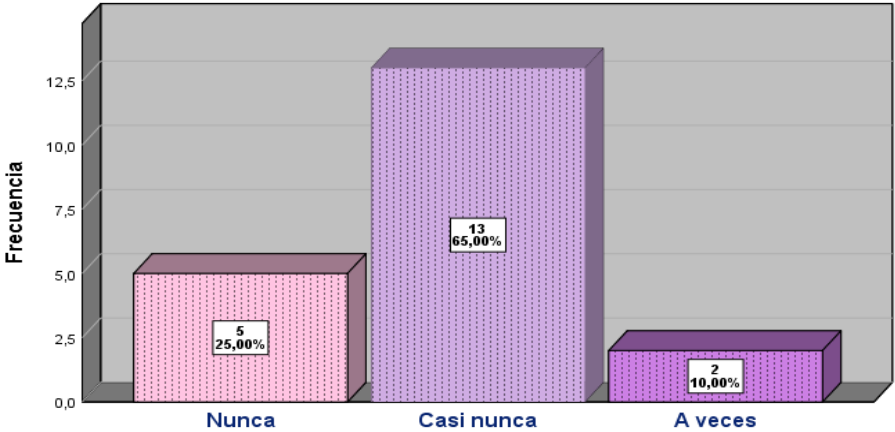
Tabla 19

La empresa citegas EIRL. En cuanto a su financiación, es con recursos propios de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	5	25,0	25,0	25,0
Casi nunca	13	65,0	65,0	90,0
A veces	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 12



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 19, 12

Se puede visualizar en la tabla y gráfico del 100% de nuestros encuestados, nos indican los siguientes, el mas de 50% con frecuencia de 13 encuestados afirman que casi nunca, la empresa citegas EIRL. En cuanto a su financiación, es con recursos propios de la empresa. De manera que otro grupo de 25% con frecuencia de 5 encuestados afirman que nunca, la empresa citegas EIRL. En

cuanto a su financiación, es con recursos propios de la empresa. Por otro lado el 10% con frecuencia de 2 encuestados afirman que a veces la empresa citegas EIRL. En cuanto a su financiación, es con recursos propios de la empresa.

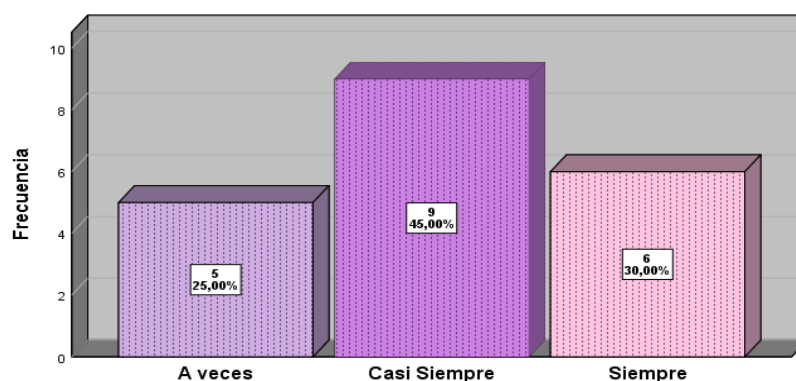
Tabla 20

Considera que para obtener una buena rentabilidad, se tiene que asumir riesgos para obtener buenos rendimientos esperados.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	5	25,0	25,0	25,0
Casi Siempre	9	45,0	45,0	70,0
Siempre	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 13



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 20,13

Se detalla en la tabla y gráfico del 100% de nuestros encuestados, la información recopilada indica que el 45% con frecuencia de 9 encuestados afirman que casi siempre considera que para obtener una buena rentabilidad, se tiene que asumir riesgos para obtener buenos rendimientos esperados. Por otro lado el 30% con frecuencia de 6 encuestados nos indican que siempre, considera que para obtener una buena rentabilidad, se tiene que asumir riesgos para obtener buenos

rendimientos esperados. Otro grupo de 25% con frecuencia de 5 encuestados afirman que a veces considera que para obtener una buena rentabilidad, se tiene que asumir riesgos para obtener buenos rendimientos esperados.

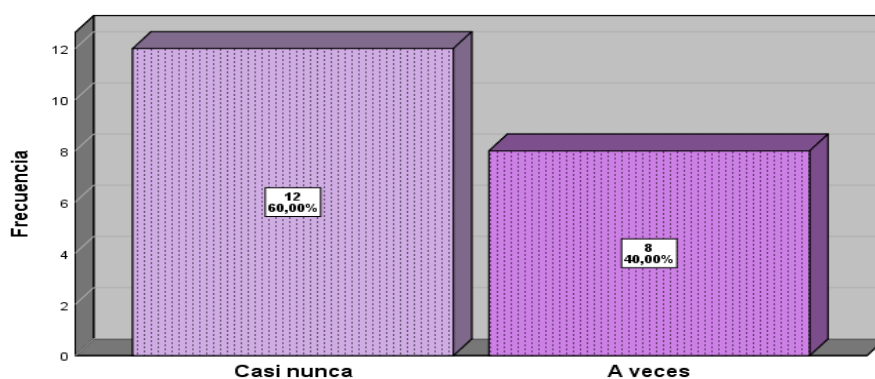
Tabla 21

Se pronostican en que tiempo se puede recuperar su liquidez de su inversión.

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	12	60,0	60,0
A veces	8	40,0	100,0
Total	20	100,0	100,0

Fuente: elaboración propia

Gráfico 14



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 21, 14

Se puede mostrar en la tabla y gráfico del 100% de nuestros encuestados, según la información recopilada se indica que el más de 50% con frecuencia de 12 encuestados afirma que casi nunca se pronostican en que tiempo se puede recuperar su liquidez de su inversión. Por otro lado el 40% con frecuencia de 8 encuestados afirman que a veces se pronostican en que tiempo se puede recuperar su liquidez de su inversión.

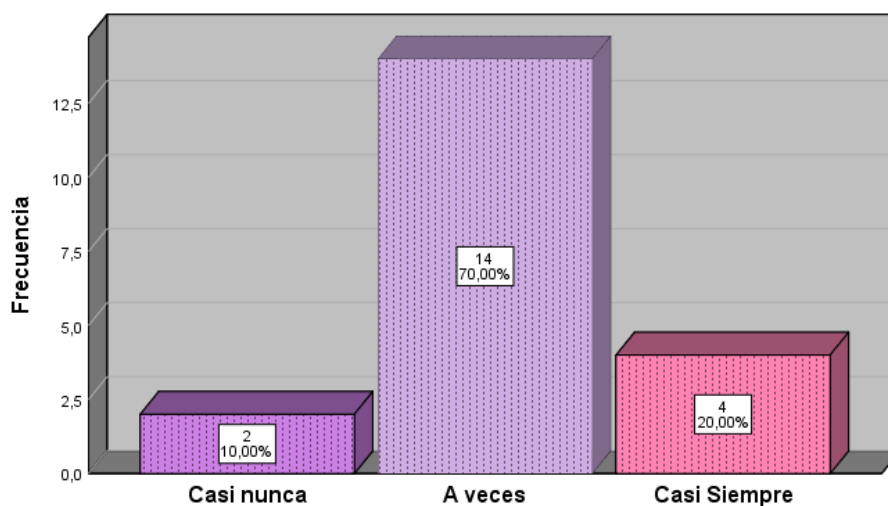
Tabla 22

Considera que la sostenibilidad de fijación de precios es importante en la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	2	10,0	10,0	10,0
A veces	14	70,0	70,0	80,0
Casi Siempre	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 15



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 22, 15

Se puede constatar en la tabla y gráficos que el 100% de nuestros encuestados. De acuerdo a la información recopilada el más de 50% con frecuencia de 14 encuestados afirman que a veces consideran que la sostenibilidad de fijación de precios es importante en la empresa. Por otro lado el 20% con frecuencia de 4 encuestados afirman que casi siempre, considera que la sostenibilidad de fijación de precios es importante en la empresa. El otro grupo de 10% con frecuencia de 2

encuestados afirman que casi nunca, considera que la sostenibilidad de fijación de precios sea importante en la empresa.

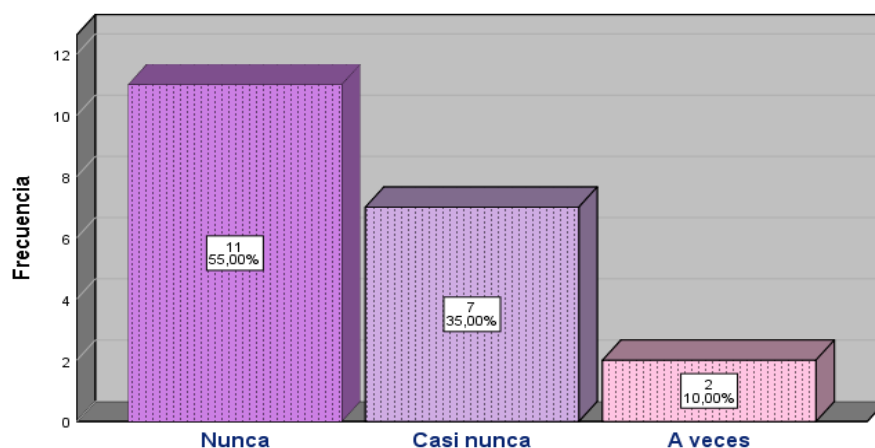
Tabla 23

En su fijación de precios considera la maximización de utilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	11	55,0	55,0	55,0
Casi nunca	7	35,0	35,0	90,0
A veces	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 16



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 23, 16

Se puede verificar en la tabla y gráfico. Del 100% de nuestros encuestados, según la información recopilada se observa que el más del 50% con frecuencia de 11 encuestados nos indica que nunca, en su fijación de precios considera la maximización de utilidad. Por otro lado el 35% con frecuencia de 7 encuestados afirman que casi nunca, en su fijación de precios considera la maximización de utilidad. El otro grupo no menos importante el 10% con frecuencia de 2

encuestados nos indican que a veces, en su fijación de precios considera la maximización de utilidad.

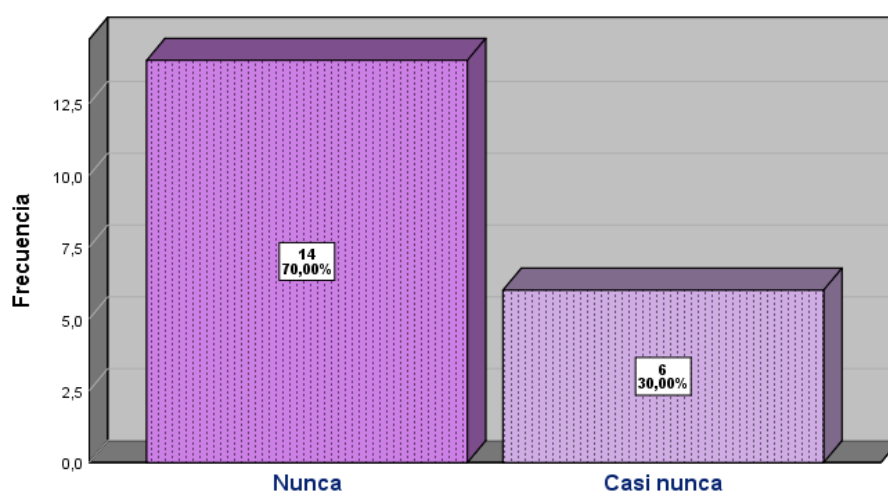
Tabla 24

La segmentación de mercado influye en su fijación de precios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	14	70,0	70,0	70,0
Casi nunca	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 17



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 24, 17

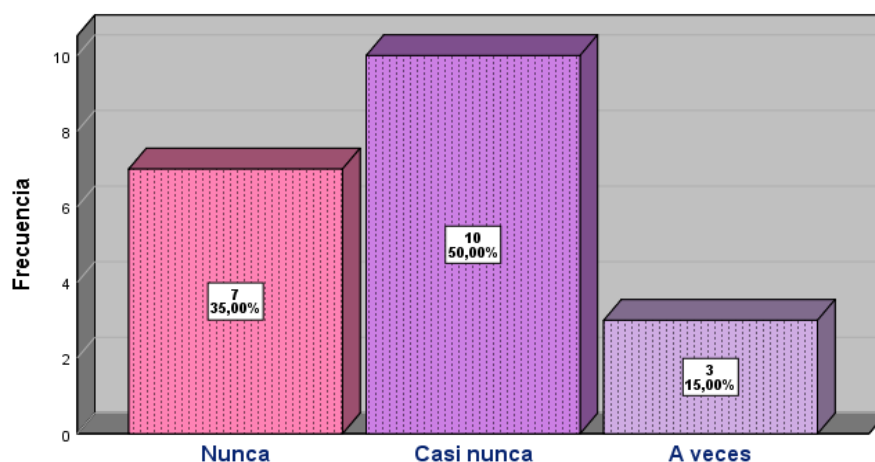
Se demuestra en la tabla y gráfico. Del 100% de nuestros encuestados, la información recopilada indica lo siguiente. Más del 50% con frecuencia de 14 encuestados afirman que nunca, la segmentación de mercado influye en su fijación de precios. El otro grupo de 30% con frecuencia de 6 encuestados nos indican que casi nunca, la segmentación de mercado influye en su fijación de precios.

Tabla 25

Para la fijación de precios, en fabricación de cocinas industriales citegas EIRL se tienen en cuenta todos los costos fijos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	7	35,0	35,0	35,0
Casi nunca	10	50,0	50,0	85,0
A veces	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 18

Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 25, 18

Se puede evidenciar en la tabla y gráfico. Del 100% de nuestros encuestados, según la información adquirida indica lo siguiente, el 50% con frecuencia de 10 encuestados, afirman que casi nunca, para la fijación de precios, en fabricación de cocinas industriales citegas EIRL se tienen en cuenta todos los costos fijos. Por otro lado se puede ver que el 35% con frecuencia de 7 encuestados nos indican que nunca, para la fijación de precios, en fabricación de cocinas industriales citegas EIRL se tienen en cuenta todos los costos fijos. El otro grupo de 15% con frecuencia de 3 encuestados afirman que a veces, para la fijación de precios, en

fabricación de cocinas industriales citegas EIRL se tienen en cuenta todos los costos fijos.

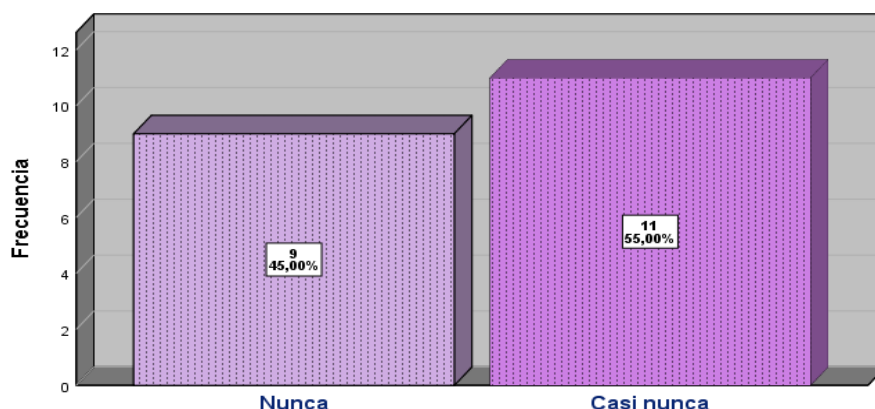
Tabla 26

Para la fijación de precios, en fabricación de cocinas industriales citegas EIRL. Consideran todos los costos variables

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	9	45,0	45,0	45,0
Casi nunca	11	55,0	55,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 19



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 26, 19

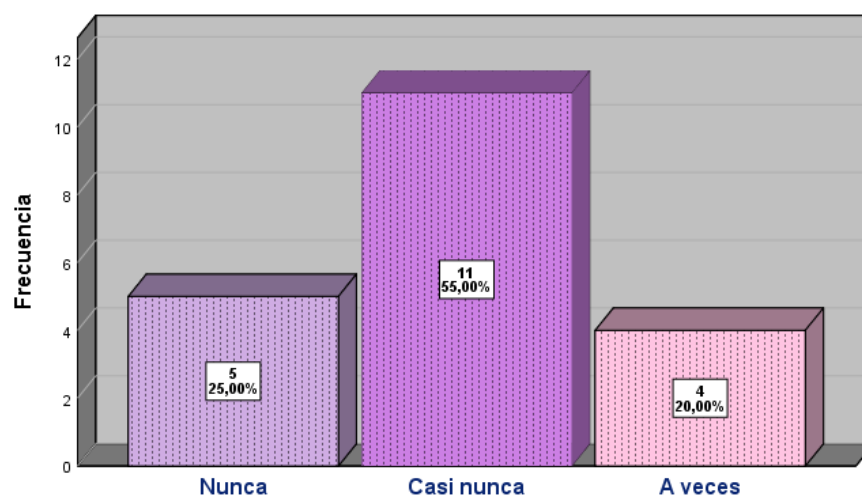
Se puede constatar en la tabla y gráfico. Que del 100% de nuestros encuestados, según la información recopilada no indica lo siguiente. Más del 50% con frecuencia de 11 encuestados afirman que casi nunca, para la fijación de precios, en fabricación de cocinas industriales citegas EIRL. Consideran todos los costos variables. Por otro lado el 45% con frecuencia de 9 encuestados nos indican que nunca para la fijación de precios, en fabricación de cocinas industriales citegas EIRL. Consideran todos los costos variables.

Tabla 27

Para la fijación de precios consideran margen de ganancia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	5	25,0	25,0	25,0
Casi nunca	11	55,0	55,0	80,0
A veces	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 20

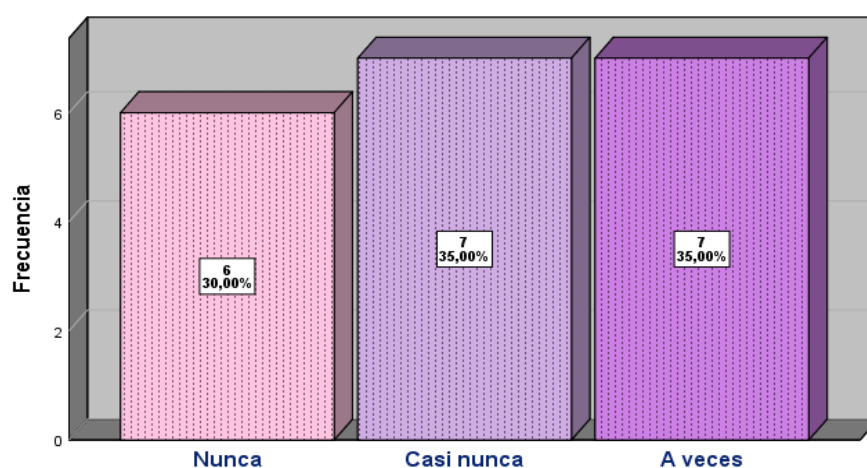
Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 27, 20

Se puede cotejar en la tabla y gráfico. Del 100% de nuestra muestra, conforme la información recopilada nos indica lo siguiente. Más del 50% con frecuencia de 11 encuestados nos indican que casi nunca, para la fijación de precios consideran margen de ganancia. Por otro lado el 25% con frecuencia de 5 encuestados nos indican que nunca, para la fijación de precios consideran margen de ganancia. Otro grupo de 20% con frecuencia 4 encuestados nos menciona que a veces, para la fijación de precios consideran margen de ganancia.

Tabla 28*Considera que el margen de ganancia de la empresa es óptimo*

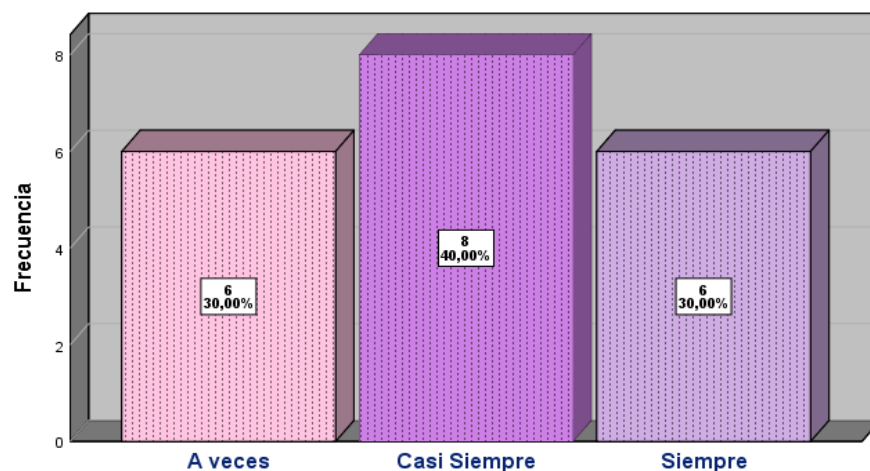
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	6	30,0	30,0	30,0
Casi nunca	7	35,0	35,0	65,0
A veces	7	35,0	35,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia**Gráfico 21****Fuente: elaboración propia****Análisis de la tabla y gráfico N° 28, 21**

Se puede evidenciar en la tabla y gráfico. Del 100% de las respuestas obtenidas de nuestros encuestados podemos afirmar que. El 35% con frecuencia de 7 encuestados nos indican que casi nunca consideran que el margen de ganancia de la empresa sea óptimo. Otro grupo de 35% con frecuencia de 7 encuestados afirman que a veces, considera que el margen de ganancia de la empresa es óptimo. Por otro lado el 30% con frecuencia de 6 encuestados nos indican que nunca, considera que el margen de ganancia de la empresa sea óptimo.

Tabla 29*Considera que debe crear valor al producto y a su marca*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	6	30,0	30,0	30,0
Casi Siempre	8	40,0	40,0	70,0
Siempre	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia**Gráfico 22****Fuente: elaboración propia****Análisis de la tabla y gráfico N° 29, 22**

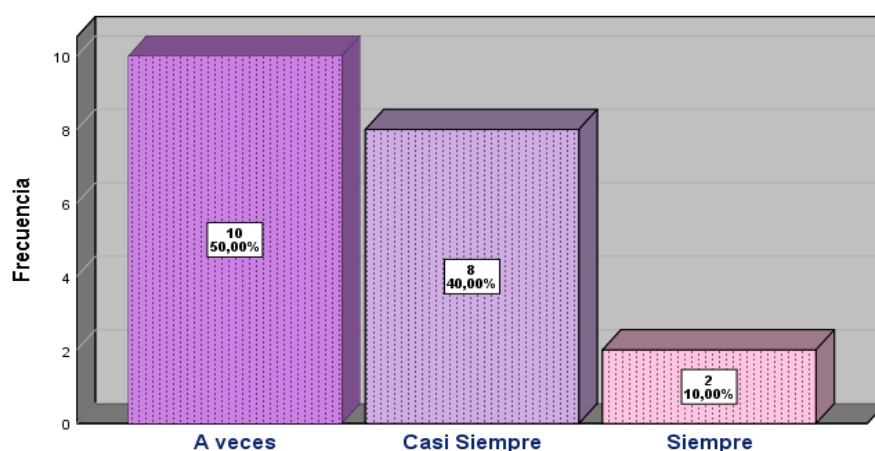
Se puede apreciar en la tabla y gráfica. Del 100% de nuestros encuestados, según la información obtenida y procesada podemos observar que. El 40% con frecuencia de 8 encuestados nos indican que casi siempre, consideran que deben crear valor al producto y a su marca. Otro grupo con el 30% con frecuencia de 6 encuestados nos indican que a veces consideran que deben crear valor al producto y a su marca. Por otro lado el 30% con frecuencia de 6 encuestados afirman que siempre, se debe considerar que deben crear valor al producto y a su marca.

Tabla 30

Precios por buen valor, ¿ofrecen al mercado productos de la misma calidad a un precios bajo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	10	50,0	50,0	50,0
Casi Siempre	8	40,0	40,0	90,0
Siempre	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 23

Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y grafico N° 30, 23

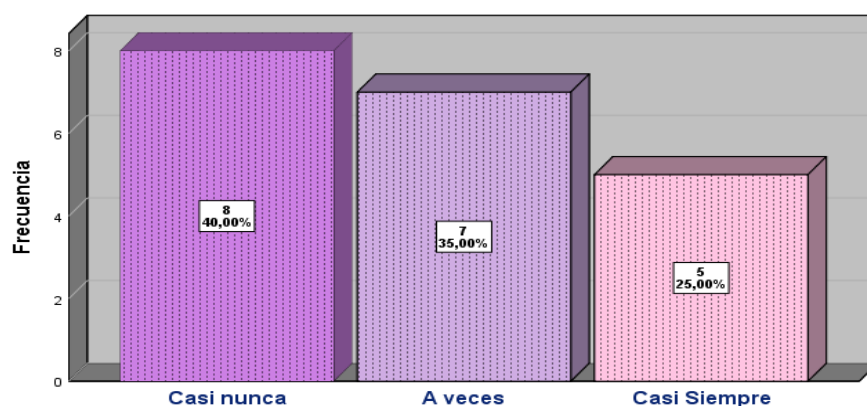
Se evidencia en la tabla y gráfica. Del 100% de nuestros encuestados, según la información obtenida se observa que. El 50% con frecuencia de 10 encuestados nos indican que a veces ofrecen al mercado productos de la misma calidad a un precio bajo. Por otro lado, podemos observar que el 40% con frecuencia de 8 encuestados nos indican que casi siempre, ofrecen al mercado productos de la misma calidad a un precio bajo. Otro grupo no menos importante de 10% con frecuencia de 2 encuestados nos indican que siempre, ofrecen al mercado productos de la misma calidad a un precio bajo.

Tabla 31

Para la fijación de precios, consideran el valor percibido de los consumidores acerca del producto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	8	40,0	40,0	40,0
A veces	7	35,0	35,0	75,0
Casi Siempre	5	25,0	25,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 24

Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 31, 24

Se puede examinar en la tabla y gráfica. Del 100% de nuestra muestra, la información obtenida de ellos fue procesada e indica lo siguiente. El 40% con frecuencia de 8 encuestados afirma que casi nunca, para la fijación de precios, consideran el valor percibido de los consumidores acerca del producto. Otro grupo de 35% con frecuencia de 7 encuestados afirma que a veces, para la fijación de precios, consideran el valor percibido de los consumidores acerca del producto. Por otro lado el 25% con frecuencia de 5 encuestados afirma que casi siempre, para la fijación de precios, consideran el valor percibido de los consumidores acerca del producto.

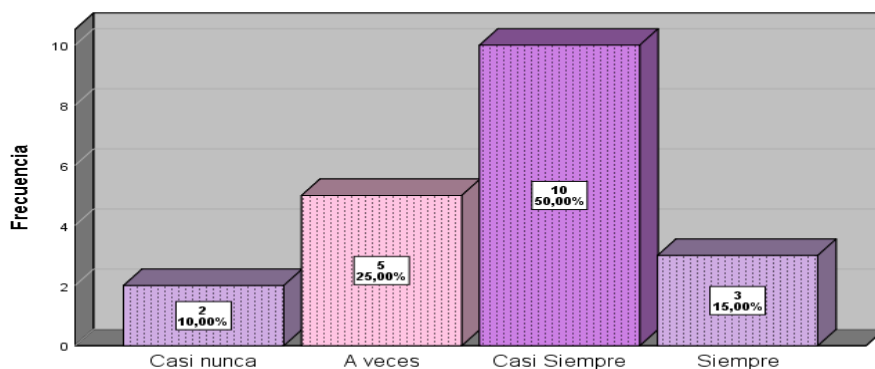
Tabla 32

Consideran que crear valor agregado del producto les puede generar una mayor utilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	2	10,0	10,0	10,0
A veces	5	25,0	25,0	35,0
Casi Siempre	10	50,0	50,0	85,0
Siempre	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 25



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 32, 25

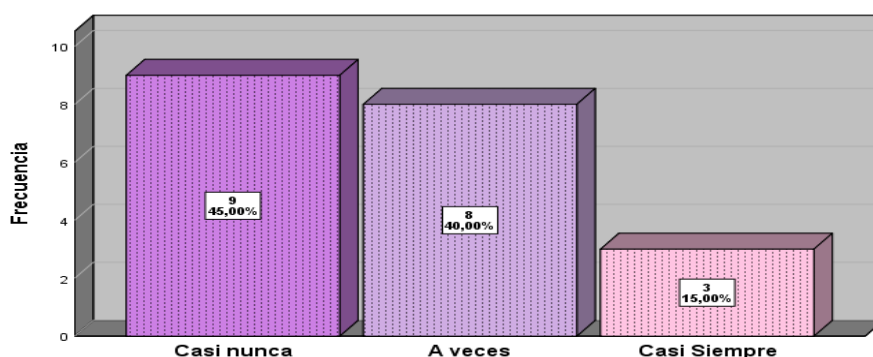
Se puede evidenciar en la tabla y gráfica. Del 100% de nuestros encuestados, según la información obtenida se observa que. El 50% con frecuencia 10 encuestados afirman que casi siempre, consideran que crear valor agregado del producto les puede generar una mayor utilidad. Otro grupo de 25% con frecuencia de 5 encuestados nos indican que a veces, consideran que crear valor agregado del producto les puede generar una mayor utilidad. Otro grupo de 15% con frecuencia de 3 encuestados nos indican que siempre, consideran que crear valor agregado del producto les puede generar una mayor utilidad. Por otro lado el 10% con frecuencia de 2 encuestados nos indican que casi nunca, consideran que crear valor agregado del producto les puede generar una mayor utilidad.

Tabla 33

Para la fijación de precios, en fabricación de cocinas citegas EIRL. El producto tiene valor agregado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	9	45,0	45,0	45,0
A veces	8	40,0	40,0	85,0
Casi Siempre	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 26

Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 33, 26

Se puede examinar en la tabla y gráfico. Del 100% de nuestros encuestados, la información obtenida se aprecia lo siguiente. El 45% con frecuencia de 9 encuestados nos afirma que casi nunca, para la fijación de precios, en fabricación de cocinas citegas EIRL. El producto tiene valor agregado. Otro grupo de 40% con frecuencia de 8 encuestados nos indican que a veces, para la fijación de precios, en fabricación de cocinas citegas EIRL. El producto tiene valor agregado. Por otro lado el 15% con frecuencia de 2 encuestados afirman que casi siempre, para la fijación de precios, en fabricación de cocinas citegas EIRL. El producto tiene valor agregado.

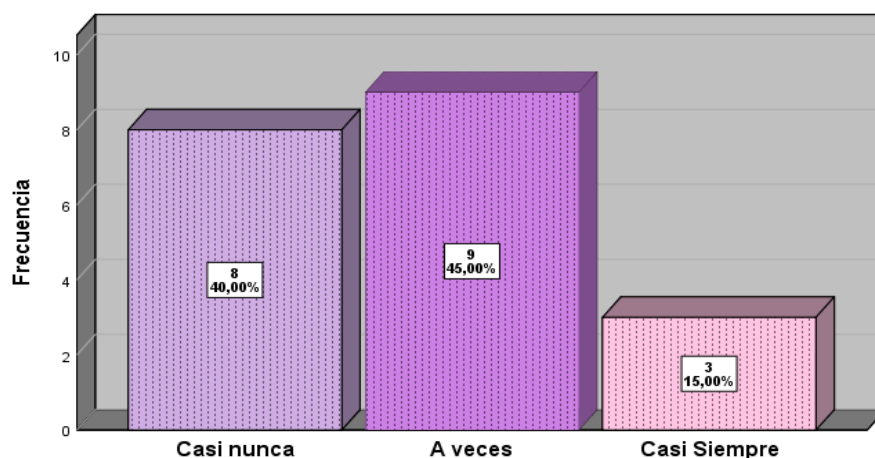
Tabla 34

Brindan capacitación a la fuerza de ventas, para vender mejor el producto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	8	40,0	40,0	40,0
A veces	9	45,0	45,0	85,0
Casi Siempre	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 27



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 34, 27

Se evidencia en la tabla y gráfica. Del 100% de nuestra muestra, según la información obtenida. El 45% con frecuencia de 9 encuestados nos indican que a veces brindan capacitación a la fuerza de ventas, para vender mejor el producto. Otro grupo de 40% con frecuencia de 8 encuestados afirman que casi nunca brindan capacitación a la fuerza de ventas, para vender mejor el producto. Por otro

lado el 15% con frecuencia de 3 encuestados nos indica que casi siempre brindan capacitación a la fuerza de ventas, para vender mejor el producto.

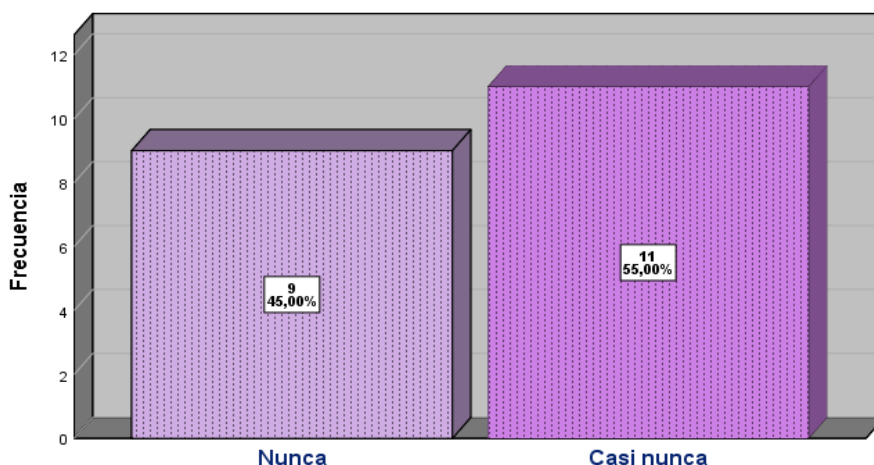
Tabla 35

La fábrica citegas EIRL, forman parte de algún grupo de empresas para fijar un precio fijo del producto.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	9	45,0	45,0	45,0
Casi nunca	11	55,0	55,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 28



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 35, 28

Se puede evidenciar en la tabla y gráfico. Del 100% de nuestros encuestados, según la información obtenida. Más de 50% con frecuencia de 11 encuestados nos indican que casi nunca, forman parte de algún grupo de empresas para fijar un precio fijo del producto. Por otro lado el 45% con frecuencia de 9 encuestados afirman que nunca, forman parte de algún grupo de empresas para fijar un precio fijo del producto.

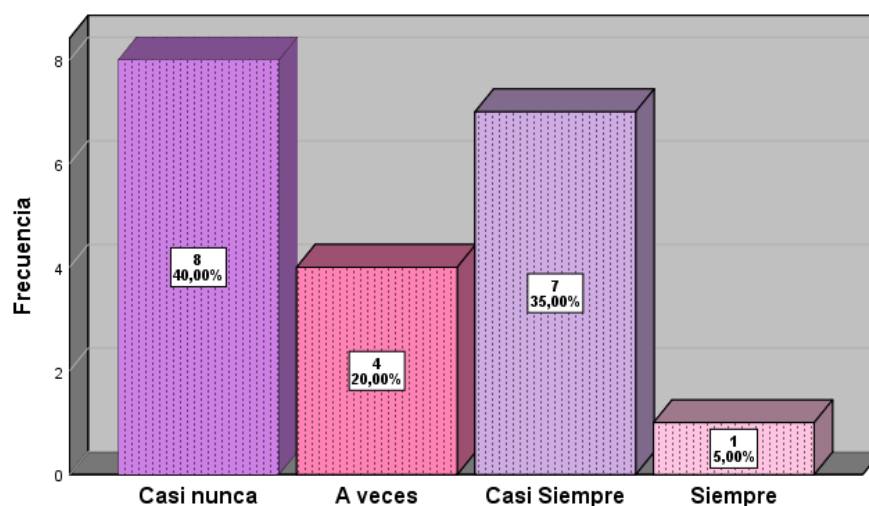
Tabla 36

Para fijar sus precios consideran a la competencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	8	40,0	40,0	40,0
A veces	4	20,0	20,0	60,0
Casi Siempre	7	35,0	35,0	95,0
Siempre	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 29



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 36, 29

Se analiza en la tabla y gráfica. Del 100% de nuestros encuestados según la información adquirida se verifica que. El 40% con frecuencia de 8 encuestados afirman que casi nunca para fijar sus precios consideran a la competencia. Otro grupo de 35% con frecuencia de 7 encuestados afirman que casi siempre, para fijar sus precios consideran a la competencia. Otro grupo de 20% con frecuencia de 4 encuestados afirman que a veces para fijar sus precios consideran a la

competencia. Por otro lado el 5% con frecuencia de 1 encuestado afirma que siempre, para fijar sus precios consideran a la competencia.

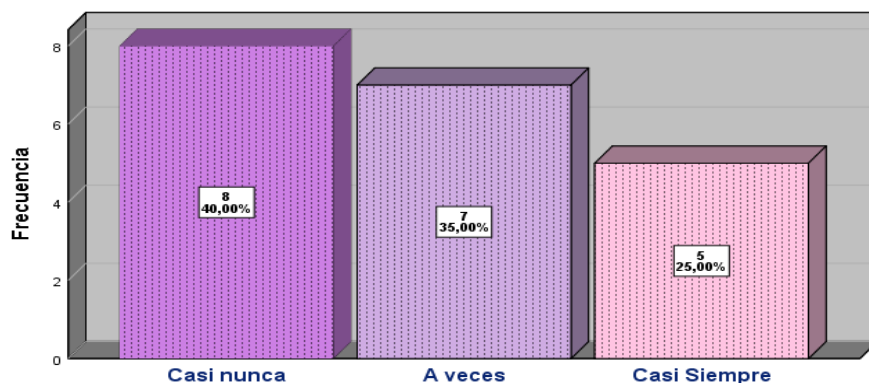
Tabla 37

En la fabricación de cocinas citegas EIRL. Cómo estrategia, fijan sus precios en determinados productos por debajo de nivel competitivo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	8	40,0	40,0	40,0
A veces	7	35,0	35,0	75,0
Casi Siempre	5	25,0	25,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 30



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 37, 30

Se puede evaluar en la tabla y gráfico. Del 100% de nuestros encuestados, la información obtenida indica lo siguiente. El 40% con frecuencia de 8 encuestados afirman que casi nunca cómo estrategia, fijan sus precios en determinados productos por debajo de nivel competitivo. Otro grupo de 35% con frecuencia de 7 encuestados nos indican que casi nunca, cómo estrategia, fijan sus precios en determinados productos por debajo de nivel competitivo. Por otro lado el 25% con

frecuencia de 5 encuestados nos indican que casi nunca, cómo estrategia, fijan sus precios en determinados productos por debajo de nivel competitivo.

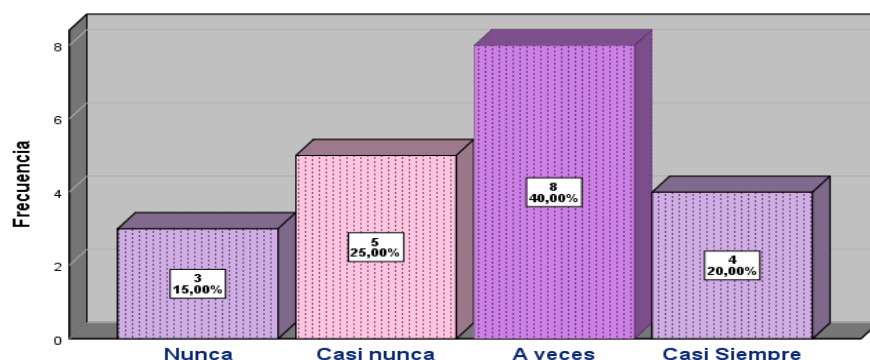
Tabla 38

Cómo estrategia, fijan sus precios por encima del nivel competitivo con la finalidad de dar una imagen de calidad y prestigio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	3	15,0	15,0	15,0
Casi nunca	5	25,0	25,0	40,0
A veces	8	40,0	40,0	80,0
Casi Siempre	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Fuente: elaboración propia

Gráfico 31



Fuente: elaboración propia

Análisis de la tabla y gráfico N° 38, 31

Se puede constatar en la tabla y gráfica. Que del 100% de nuestros encuestados según la información obtenida. El 40% con frecuencia de 8 encuestados nos indican que a veces cómo estrategia, fijan sus precios por encima del nivel competitivo con la finalidad de dar una imagen de calidad y prestigio. Otro grupo de 25% con frecuencia de 5 encuestados nos indican que casi nunca, cómo estrategia, fijan sus precios por encima del nivel competitivo con la finalidad de dar una imagen de calidad y prestigio. Otro grupo de 20% con frecuencia de 4

encuestados nos indican que casi siempre cómo estrategia, fijan sus precios por encima del nivel competitivo con la finalidad de dar una imagen de calidad y prestigio. Por otro lado el 15% con frecuencia de 3 encuestados nos afirma que nunca, cómo estrategia, fijan sus precios por encima del nivel competitivo con la finalidad de dar una imagen de calidad y prestigio.

PRUEBA DE NORMALIDAD

Tabla 39

Resumen de procesamiento de casos

	Válido		Casos Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
La rentabilidad	20	100,0%	0	0,0%	20	100,0%
Fijación de precios	20	100,0%	0	0,0%	20	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
La Rentabilidad	,224	20	,010	,887	20	,024
Fijación de precios	,247	20	,002	,888	20	,025

a. Corrección de significación de Lilliefors Fuente: Elaboración propia

Análisis de la Tabla 40

Se ha obtenido los siguientes resultados:

Para la Variable de estudio, la rentabilidad. El Sistema SPSS versión 25 arrojó el resultado de 0.024, entonces podemos decir que el Sig es menor que 0.05 entonces podemos decir que se acepta la alterna, por ende se sugiere aplicar una prueba no paramétrica, aplicando el enfoque de Shapiro-Wilk.

Con respecto a la variable de asociación, fijación de precios. El Sistema SPSS versión 25 arrojó el resultado de 0.025, por el resultado podemos decir entonces

que el Sig es menor que 0.05 por lo tanto se acepta la alterna, por ende se sugiere aplicar una prueba no paramétrica, aplicando el enfoque de Shapiro-Wilk

Tabla 41

Prueba estadística rho de spearman para la prueba de hipótesis

Correlaciones

			V1	V2
Rho de Spearman	La rentabilidad	Coeficiente de correlación	1,000	,684**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	20	20
	Fijación de precios	Coeficiente de correlación	,684**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia utilizando el SPSS

Análisis de la Tabla 41

Se ha obtenido los siguientes resultados:

Para lograr estos resultados, se empleó la técnica de encuesta y para la recolección de datos se utilizó la técnica del cuestionario se aplicó este instrumento con el propósito de aplicar la prueba de hipótesis; para el sometimiento de análisis y tabulación de los datos, que se utilizó Microsoft Excel y SPSS versión 25, estos programas estadísticos nos permite hacer cálculos además de tablas que ayudó a procesar mejor análisis de la información obtenida.

Podemos analizar lo siguiente:

Para la Variable de estudio que es la rentabilidad el Sistema SPSS proyecto el resultado de 0.001, entonces podemos decir que el Sig Bilateral es menor que 0.05 por ende se acepta la hipótesis H1, por lo tanto se aprueba de la Hipótesis. Existe una relación significativa entre la rentabilidad para la fijación de

precios en fabricación de cocina industriales en la empresa Citegas EIRL, Arequipa, 2020

Con respecto a la variable de asociación que es fijación de precios el Sistema SPSS proyectó el 0.001, por lo tanto podemos decir que el Sig es menor que 0.05, entonces se acepta la hipótesis H1, por ende se aprueba la Hipótesis. Existe una relación significativa entre la rentabilidad para la fijación de precios en fabricación de cocina industriales en la empresa Citegas EIRL, Arequipa, 2020

Tabla 42 Hipótesis específica 1

Correlaciones

			D1	V2
Rho de Spearman	Rentabilidad económica	Coeficiente de correlación	1,000	,717**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	Fijación de precios	Coeficiente de correlación	,717**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia utilizando en SPSS

H1 = Existe una relación significativa entre la rentabilidad económica para la fijación de precios en fabricación de cocina industriales en la empresa Citegas EIRL, Arequipa, 2020

H0 = No existe una relación significativa entre la rentabilidad económica para la fijación de precios en fabricación de cocina industriales en la empresa Citegas EIRL, Arequipa, 2020

Análisis de la Tabla N° 42

Podemos analizar lo siguiente:

Para la Dimensión que es rentabilidad económica, el Sistema SPSS, proyectó el resultado de 0.000, entonces podemos decir que el Sig. Bilateral es

menor que 0.05 por ende se acepta la hipótesis H1, por lo tanto se aprueba la Hipótesis. Existe una relación significativa entre la rentabilidad económica para la fijación de precios en fabricación de cocina industriales en la empresa Citegas EIRL, Arequipa, 2020

Con respecto a la variable de asociación que es fijación de precios el Sistema SPSS proyectó el 0.000, por lo tanto podemos decir que el Sig. Es menor que 0.05, entonces se acepta la hipótesis H1, por ende se aprueba la Hipótesis. Existe una relación significativa entre la rentabilidad económica para la fijación de precios en fabricación de cocina industriales en la empresa Citegas EIRL, Arequipa, 2020

Tabla 43 *Hipótesis específica 2*

Correlaciones

			D2	V2
Rho de Spearman	Rentabilidad Financiera	Coeficiente de correlación	1,000	,291
		Sig. (bilateral)	.	,214
		N	20	20
	Fijación de precios	Coeficiente de correlación	,291	1,000
Sig. (bilateral)		,214	.	
N		20	20	

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS

H1 = Existe una relación significativa entre la rentabilidad financiera y la fijación de precios en la fabricación de cocinas Industriales en la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

H0 = No existe una relación significativa entre la rentabilidad financiera y la fijación de precios en la fabricación de cocinas Industriales en la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

Análisis de la Tabla N° 43

Podemos analizar lo siguiente:

Para la Dimensión que es rentabilidad financiera, el Sistema SPSS, proyectó el resultado de 0.214, entonces podemos decir que el Sig. Bilateral es mayor que 0.05 por ende se rechaza la hipótesis H1, por lo tanto se rechaza la Hipótesis. No existe una relación significativa entre la rentabilidad financiera y la fijación de precios en la fabricación de cocinas Industriales en la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

Con respecto a la variable de asociación que es fijación de precios el Sistema SPSS proyectó el 0.214, por lo tanto podemos decir que el Sig. Es mayor que 0.05, entonces se rechaza la hipótesis H1, por ende se rechaza la Hipótesis. No existe una relación significativa entre la rentabilidad financiera y la fijación de precios en la fabricación de cocinas Industriales en la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

Tabla 44 Hipótesis específica 3

Correlaciones

			D3	V2
Rho de Spearman	Rendimiento	Coeficiente de correlación	1,000	,591**
		Sig. (bilateral)	.	,006
		N	20	20
	Fijación de precios	Coeficiente de correlación	,591**	1,000
		Sig. (bilateral)	,006	.
		N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS

H1 = Existe una relación significativa entre el rendimiento y la fijación de precios en la fabricación de cocinas Industriales en la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

H0 = No existe una relación significativa entre el rendimiento y la fijación de precios en la fabricación de cocinas Industriales en la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

Análisis de la Tabla N° 44

Podemos analizar lo siguiente:

Para la Dimensión que es rendimiento, el Sistema SPSS, proyectó el resultado de 0.006, entonces podemos decir que el Sig Bilateral es menor que 0.05 por ende se acepta la hipótesis H1, por lo tanto se aprueba la Hipótesis. Si existe una relación significativa entre el rendimiento y la fijación de precios en la fabricación de cocinas Industriales en la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

Con respecto a la variable de asociación que es fijación de precios el Sistema SPSS proyectó el 0.006, por lo tanto podemos decir que el Sig es menor que 0.05, entonces se acepta la hipótesis H1, por ende se aprueba la Hipótesis. Si existe una relación significativa entre el rendimiento y la fijación de precios en la fabricación de cocinas Industriales en la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

Tabla 45 *Hipótesis específica 4*

Correlaciones			D4	V2
Rho de Spearman	Inversión	Coeficiente de correlación	1,000	,637**
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	20	20
	Fijación de precios	Coeficiente de correlación	,637**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	20	20

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia utilizando SPSS

H1 = Existe una relación significativa entre la inversión y la fijación de precios en la fabricación de cocinas Industriales en la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

H0 = No existe una relación significativa entre la inversión y la fijación de precios en la fabricación de cocinas Industriales en la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

Análisis de la Tabla N° 45

Podemos analizar lo siguiente:

Para la Dimensión que es inversión, el Sistema SPSS, proyecto el resultado de 0.003, entonces podemos decir que el Sig Bilateral es menor que 0.05 por ende se acepta la hipótesis H1, por lo tanto se aprueba la Hipótesis. Si Existe una relación significativa entre la inversión y la fijación de precios en la fabricación de cocinas Industriales en la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

Con respecto a la Variable de asociación que es fijación de precios el Sistema SPSS proyecto el 0.003, por lo tanto podemos decir que el Sig es menor que 0.05, entonces se acepta la hipótesis H1, por ende se aprueba la Hipótesis. Si Existe una relación significativa entre la inversión y la fijación de precios en la fabricación de cocinas Industriales en la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020

V. DISCUSIÓN

En este capítulo presentamos los resultados y estudio minucioso de los datos obtenidos de la muestra de la investigación. Destacaremos los resultados, obtenidos de ambas variables describiendo los hallazgos obtenidos.

Para la siguiente investigación realizada quien tuvo como objetivo principal determinar la relación que existe entre la rentabilidad para la fijación de precios en fabricación de cocina industriales de la empresa Citegas EIRL, Arequipa, 2020 Por tal razón, el instrumento del estudio la cual fue validado por Alfa de cronbach, de manera que busca las correlaciones que hay entre los ítems del cuestionario aplicado. El instrumento validado, está compuesto por 14 ítems, que corresponde a las variables de estudio y 17 ítems, que comprende la variable de asociación. La muestra a la cual se empleó el instrumento estuvo constituida por 20 trabajadores de fábrica Citegas EIRL. Para determinar los niveles de confiabilidad de esta investigación es de se utilizó el coeficiente del Alfa de Cronbach. A través de programas estadísticos como los software de SPSS versión 25 y Excel.

Para la **validación del instrumento** del estudio, este se determinó por el coeficiente Alfa de Cronbach arrojó el siguiente resultado. Este valor del Alfa de Cronbach, de tal manera para que sea confiable debe acercarse al valor máximo que es 1; a través de diversas conceptualizaciones y afirmaciones el alfa de cronbach medirá respectivamente la firmeza interna de todos los ítems, según **Hernández (2010)** refiere que, Dicho coeficiente puede estar entre cero y uno, donde el cero significa nula confiabilidad y el uno representa una máxima **confiabilidad (fiabilidad total, perfecta)**. Cuanto más cerca esté al coeficiente cero (0), mayor error habrá en la medición (p.302). Para este caso la información analizada por los sistemas estadísticos como SPSS se aplicó el Alfa de Cronbach y el resultado para esta investigación es de 0.910, podríamos decir por las afirmaciones de varios autores que este instrumento, es muy confiable y aceptable para su dicha aplicación, y está conformado por 31 ítems.

Hipótesis general

A partir de los hallazgos podemos decir que la rentabilidad se relaciona con fijación de precios para la fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020, de manera que esta es la hipótesis general del estudio; Para llegar a la validación de la hipótesis general se ha obtenido resultados propios del instrumento, estos aplicados a los 20 trabajadores de la empresa de tal forma los valores representativos se detallarán, aquellos que se relacionan con la comprobación de las hipótesis. En la **tabla N° 20** podemos visualizar que el 45% de los encuestados nos manifiestan que casi siempre Considera que para obtener una buena rentabilidad, se tiene que asumir riesgos para obtener buenos rendimientos esperados; en cuanto a **la tabla N° 34** podemos visualizar que el 45% de los encuestados nos manifiestan que a veces brindan capacitación a la fuerza de ventas, para vender mejor el producto.

En la constatación de **las hipótesis**, para ratificar la manifestación detallada, al inicio, se desarrolló utilizando **rho de Spearman. según Hernández (2014)**, nos detalla en su libro “Metodología de la Investigación”, Nos indica los valores que hay en una correlación de variables de forma ordinal, el coeficiente de correlación debe de estar en los rango de - 1.0 que es correlación negativa perfecta y 1.0 que es correlación positiva perfecta, también nos indica que la relación que guardan entre sí deben ser significativas, los valores del Rho de spearman si su valor es menor que los niveles de significancia que son 0.05 entonces se dice que la correlación es muy alta; utilizando este criterio se puede indicar lo siguiente: teniendo los resultados, si el sigma es menor que 0.05 entonces se acepta la hipótesis alterna y se rechazará la hipótesis nula, de lo contrario si el sigma es mayor al 0.05 se acepta la hipótesis nula y se rechazara la hipótesis alterna.

De manera que, para obtener la validación de las hipótesis, se ha utilizado el Rho de Spearman que arrojó el siguiente resultado. Spearman el coeficiente de correlación para la hipótesis general fue de 0.638, evidenciando que tiene una correlación positiva considerable, y el nivel de significancia fue $0.001 < 0.05$,

verificando los valores podemos decir, que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. El resultado nos enlaza con la siguiente investigación realizada por **Suarez, (2020)** se enmarca que endeudarse fomenta a poseer deseables rendimientos de los accionista, ya que su rentabilidad crece sutilmente al agrandar la deuda con terceros. Para esta situación se tiene a asumir riesgos.

A su vez indica (**Aguagüña, 2017**) nos indica en su conclusión que de la investigación: La fábrica Andrew's afirma trabaja de forma empírica para implementar los costos de los productos, por lo tanto se pudo evidenciar que la empresa no está manejando un sistema de costos que le permita la especificación confiable y real del costo de producción, por tal razón no se asigna correctamente todos los costos que inciden en el procedimiento productivo del jean's esta situación afecta de manera directa a la fijación de los precios de venta, y además de no revelar las utilidades reales de la fábrica.

(Gallego & Topaloglu, 2019) Los costos variables los problemas de maximización de beneficios, surgen de restricciones de capacidad, donde la empresa maximiza el beneficio esperado neto de los costos de oportunidad de las capacidades utilizadas. Se dice que la aleatoriedad está impulsada a menudo por la demanda. La empresa y el consumidor se benefician de precios que responden dinámicamente a los cambios en los costos variables.

Hipótesis específica N° 1

A partir de los hallazgos alcanzados en la validación de la primera hipótesis específica se examina que la rentabilidad económica se relaciona significativamente con la fijación de precios en fabricación de cocina industriales de la empresa Citegas, Arequipa, 2020, para exponer este resultado se demuestra que el resultado del instrumento validado y luego aplicado a los 20 encuestados, siendo lo más resaltante lo siguiente en la **tabla N° 8** se puede visualizar que el 50% de los encuestados manifiesta que a veces considera que los activos fijos que posee la empresa cubre todas las necesidades de la empresa; y en **la tabla**

N° 29 se puede visualizar que el 40% de la muestra manifiesta que casi siempre considera que debe crear valor al producto y a su marca.

En la constatación de **las hipótesis**, para ratificar la manifestación detallada, al inicio, se desarrolló utilizando **rho de Spearman, según Hernández (2014)**, nos detalla en su libro “Metodología de la Investigación”, Nos indica los valores que hay en una correlación de variables de forma ordinal, el coeficiente de correlación debe de estar en los rango de - 1.0 que es correlación negativa perfecta y 1.0 que es correlación positiva perfecta, también nos indica que la relación que guardan entre sí deben ser significativas, los valores del Rho de spearman si su valor es menor que los niveles de significancia que son 0.05 entonces se dice que la correlación es muy alta; utilizando este criterio se puede indicar lo siguiente: teniendo los resultados, si el sigma es menor que 0.05 entonces se aceptara la hipótesis alterna y se rechazará la hipótesis nula, de los contrario si el sigma es mayor al 0.05 se acepta la hipótesis nula y se rechazará la hipótesis alterna.

De manera que, para obtener la validación de las hipótesis, se ha utilizado el Rho de Spearman que arrojó el siguiente resultado. Spearman el coeficiente de correlación para la hipótesis específica N° 1 fue de 0.717, evidenciando que tiene una correlación positiva considerable, y el nivel de significancia fue $0.000 < 0.05$, verificando los valores podemos decir, que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. El resultado nos enlaza con la siguiente investigación realizada por. (Miralles, Miralles, & Nogueira, 2020) Los activos relacionados con el objetivo desarrollo sostenible son aspectos muy importantes relacionados a inversión socialmente responsable.

Hipótesis específica 2

Los resultado logrados en la validación de la segunda hipótesis específica se analiza que la rentabilidad financiera no se relaciona significativamente con la fijación de precios en fabricación de cocina industriales de la empresa Citegas, EIRL Arequipa, 2020, para probar este resultado se demuestra que los resultado

del instrumento validado y luego aplicado a los 20 encuestados, siendo los más resaltantes lo siguiente en la **tabla N° 14** se puede visualizar que el 45% de los encuestados afirman que casi nunca realizan un estudio de apalancamiento antes de realizar un préstamo; en **la tabla N° 22** se puede visualizar que el 55% de la muestra afirma que nunca utilizan en su fijación de precios la maximización de utilidades.

En la empresa no se cumple ciertos parámetros de vital importancia, como es el estudio de apalancamiento de la deuda antes de realizar unos préstamos. Este estudio nos muestra si se le $RE > i$, el efecto de apalancamiento es positivo que si conviene prestar dinero pero si $RE < i$, el efecto del apalancamiento es negativo, no conviene prestarse dinero, primero se tiene que ver el beneficio que se va obtener de ese préstamo; al igual en caso de la utilización en la fijación de precios si utilización la maximización de utilidad, no lo realizan porque en realidad no conocen sus precios reales de los productos, porque no tienen un sistema de fijación de precios.

En la constatación de **las hipótesis**, para ratificar la manifestación detallada, al inicio, se desarrolló utilizando **rho de Spearman**, para la cual **según Hernández (2014)**, en su libro "Metodología de la Investigación", Nos indica los valores que hay en una correlación de variables de forma ordinal, el coeficiente de correlación debe de estar en los rango de - 1.0 que es correlación negativa perfecta y 1.0 que es correlación positiva perfecta, también nos indica que la relación que guardan entre sí deben ser significativas, los valores del Rho de spearman si su valor es menor que los niveles de significancia que son 0.05 entonces se dice que la correlación es muy alta; utilizando este criterio se puede indicar lo siguiente: teniendo los resultados, si el σ es menor que 0.05 entonces se acepta la hipótesis alterna y se rechazará la hipótesis nula, de lo contrario si el σ es mayor al 0.05 se acepta la hipótesis nula y se rechazara la hipótesis alterna.

De manera que, para obtener la validación de las hipótesis, se ha utilizado el Rho de Spearman que arrojó el siguiente resultado. Spearman el coeficiente de

correlación para la hipótesis específica N° 2 fue de 0.291, evidenciando que no tiene una correlación, por lo que el nivel de significancia fue $0.214 < 0.05$, verificando los valores podemos decir, que se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula. El resultado nos enlaza con las siguientes investigación realizada por.

(Farhan, Tabash, & Yameen, 2020) La política de crédito juega un papel vital en la eficiencia operativa de los departamentos de crédito, ya que reduce la ambigüedad de las funciones de los departamentos de crédito al brindar pautas e instrucciones claras. También se enlaza con la siguiente investigación de (Chan, Fung, & Ng, 2018) Se presenta un modelo de precios basados en función de utilidad con elasticidad de sustitución constante. El precios óptimo se determina finalmente es un problema de maximización de beneficios sujetos al mercado.

Hipótesis específica N° 3

Los resultado conseguido en la validación de la tercera hipótesis específica se visualiza de que si hay relación significativa entre rendimiento y fijación de precios en fabricación de cocina industriales en la empresa Citegas, Arequipa, 2020, para revelar este resultado se demuestra que el resultado del instrumento de investigación validado y luego aplicado a los 20 encuestados, siendo los más resaltantes lo siguiente en la tabla **N° 17** se puede visualizar que el 65% de los encuestados afirman que a veces consideran que el rendimiento de la inversión se debe a la buena utilización de estrategia del buen manejo de la empresa; en la tabla **N° 28** se puede visualizar que el 35% de la muestra afirma que a veces considera que el margen de ganancia de la empresa es óptimo.

En la constatación de las hipótesis, para ratificar la manifestación detallada, al inicio, se desarrolló utilizando rho de Spearman, según Hernández (2014), nos detalla en su “Metodología de la Investigación”, Nos indica los valores que hay en una correlación de variables de forma ordinal, el coeficiente de correlación debe de estar en los rango de - 1.0 que es correlación negativa perfecta y 1.0 que es

correlación positiva perfecta, también nos indica que la relación que guardan entre sí deben ser significativas, los valores del Rho de Spearman si su valor es menor que los niveles de significancia que son 0.05 entonces se dice que la correlación es muy alta; utilizando este criterio se puede indicar lo siguiente: teniendo los resultados, si el sigma es menor que 0.05 entonces se acepta la hipótesis alterna y se rechazará la hipótesis nula, de lo contrario si el sigma es mayor al 0.05 se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

De manera que, para obtener la validación de las hipótesis, se ha utilizado el Rho de Spearman que arrojó el siguiente resultado. Spearman el coeficiente de correlación para la hipótesis específica N° 3 fue de 0.591, evidenciando que tiene una correlación positiva considerable, y el nivel de significancia fue $0.006 < 0.05$, verificando los valores podemos decir, que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. El resultado nos enlaza con la siguiente investigación realizada por,

(Sumalave, 2020). conclusión: En relación a la planificación de la gestión financiera fue favorable para las actividades gravadas porque se encuentra acorde a la normativa fiscal del régimen general, sin embargo en los años 2016 y 2017 tuvo un efecto positivo como resultado de que el ROE fue superior que el ROA, es decir en cuanto a la financiación de parte del activo con deuda ha facilitado el crecimiento de la rentabilidad financiera, no obstante en los años 2018 y 2019 fue negativa dado que el costo medio de los pasivos es superior a la rentabilidad económica (ROE).

(Yi, Yu, & Zhang, 2021) Teniendo en cuenta el valor del cliente en la cadena de suministro de doble canal analiza cada modelo de precios bajo un escenario de decisión descentralizado. Además, el beneficio de los servicios de valor agregado sigue siendo importante para maximizar el beneficio de la plataforma minorista en línea y el valor para el cliente al mismo tiempo.

Hipótesis específica N° 4

Los resultados alcanzados en la validación de la cuarta hipótesis específica se visualiza de que si hay relación significativa entre inversión y fijación de precios en fabricación de cocina industriales de la empresa Citegas, Arequipa, 2020, para revelar este resultado se demuestra que los resultados del instrumento validado y luego aplicados a los 20 encuestados, sientan los más resaltantes lo siguiente en la **tabla N° 18** se puede visualizar que el 50% de los encuestados afirman que casi siempre la inversión de la fábrica Citegas EIRL. Cuenta con financiación externa como préstamos bancarios, terceros, etc.; en la **tabla N° 38** se puede visualizar que el 40% de la muestra afirma que a veces como estrategia fijan sus precios por encima del nivel competitivo, con la finalidad de dar una imagen de buena calidad del producto.

En la constatación de **las hipótesis**, para ratificar la manifestación detallada, al inicio, se desarrolló utilizando **rho de Spearman, según Hernández (2014)**, nos detalla en su "Metodología de la Investigación", Nos indica los valores que hay en una correlación de variables de forma ordinal, el coeficiente de correlación debe de estar en el rango de - 1.0 que es correlación negativa perfecta y 1.0 que es correlación positiva perfecta, también nos indica que la relación que guardan entre sí deben ser significativas, los valores del Rho de Spearman si su valor es menor que los niveles de significancia que son 0.05 entonces se dice que la correlación es muy alta; utilizando este criterio se puede indicar lo siguiente: teniendo los resultados, si el sigma es menor que 0.05 entonces se acepta la hipótesis alterna y se rechazará la hipótesis nula, de lo contrario si el sigma es mayor al 0.05 se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

De manera que, para obtener la validación de las hipótesis, se ha utilizado el Rho de Spearman que arrojó el siguiente resultado. Spearman el coeficiente de correlación para la hipótesis específica N° 4 fue de 0.637, evidenciando que tiene una correlación positiva considerable, y el nivel de significancia fue $0.003 < 0.05$, verificando los valores podemos decir, que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. El resultado nos enlaza con la siguiente investigación

realizada por. (Jagabathula & Rusmevichientong, 2017) La selección de productos y precios ofrecidos por una empresa impacta significativamente en sus ganancias. Los enfoques existentes no proporcionan modelos flexibles que capturen el efecto conjunto del surtido y el precio.

(Stenzel, Wolf, & Schmidt, 2020) Los precios más elevados reducen la relación calidad-precio, lo que en promedio empeora las reseñas. De manera que, los precios más altos también inducen a comprar solo a aquellos consumidores con un fuerte gusto por el producto, lo que en promedio mejora las reseñas

VI. CONCLUSIONES

1.- En esta investigación se determinó que si existe relación entre la rentabilidad para la fijación de precios en fabricación de cocina industriales de la empresa Citegas, EIRL Arequipa, 2020, finalmente se concluye después de obtener los resultados, estos realizado a través de técnicas y métodos que se demostró que la rentabilidad en un análisis completo de la empresa en general, situación que indica que si tiene una relación positiva considerable para la fijación de precios, para obtener una buena rentabilidad, primero se deberá de fijar bien sus precios para esta situación se debe de conocer su valor real de costos de producción.

2.- En esta investigación se determinó que si existe relación entre la rentabilidad económica para la fijación de precios en fabricación de cocina industriales en la empresa Citegas, Arequipa, 2020, después de haber realizado estudios utilizando técnicas y métodos y de obtener los resultados, se demostró que la rentabilidad económica en un análisis completo en la empresa en general, situación que indica que si tiene una relación positiva considerable para la fijación de precios, conocer su rentabilidad económica es beneficiosa para la empresa, con un buen control y utilización de los activos de la empresa se obtendrá mejores resultados; crear valor al producto y a la marca es muy beneficioso para la empresa.

3.- En esta investigación se determinó que no existe relación entre la rentabilidad financiera y la fijación de precios en la fabricación de cocinas Industriales en la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020; después de obtener los resultados estos realizados a través de técnicas y métodos se demostró que la rentabilidad financiera, en un análisis completo de la empresa, se determinó que no hay relación entre la fijación de precios; esto debido a que la empresa no mide su capacidad de deuda no realiza un análisis para verificar si obtendrá beneficios o no, considerado un punto principal en la empresa; en la fijación de precios la maximización de utilidad no consideran por que no están bien fijados sus precios.

4.- En la investigación se determinó que si existe relación entre el rendimiento y la fijación de precios en la fabricación de cocinas Industriales de la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020, es el estudio realizado utilizando técnicas y métodos se llegó al resultado y se determinó que el rendimiento, en un análisis completo en la empresa en general, situación que si existe relación positiva considerable para la fijación de precios; el rendimiento mide la productividad de los recursos de la empresa, teniendo bien definidos los recursos de cada tarea podemos hacernos responsables propiamente como área definida de trabajo de cada uno de nuestros recursos financieros, materiales, tecnológicos y humanos que tienen gran importancia para el logro de los objetivos de la empresa.

5.- En esta investigación se determinó que si existe relación entre la inversión y la fijación de precios en la fabricación de cocinas Industriales en la empresa Citegas EIRL Arequipa, 2020; utilizando técnicas y métodos se llegó al resultado y se demostró que la inversión en un estudio completo de la empresa en general, es que si existe relación para la fijación de precios, para aumentar su demanda la empresa necesariamente recurre a préstamos, etc. esta inversión se asume muchos riesgos de manera que la empresa debe de estar preparada para cualquier situación.

VII. RECOMENDACIONES

1.- Se debería de calcular su rentabilidad periódicamente, para así tener una visión clara de cómo esta económica la empresa, para ello primero se debería definir su costo de forma específica de manera que se sabrá su precio de fabricación del producto y también los gastos generales e indirectos. Una vez conocido estos puntos realizar un método de cómo fijar bien sus precios de cada producto elaborado, es decir considerando todos los factores para fijar bien sus precios, de esta manera, existirá un mayor control de todos los procedimientos que se realizan en la empresa, gracias a los métodos utilizados para mejorar su fijación de precios y así obtener una mayor rentabilidad para la empresa.

2.- Se debería calcular la rentabilidad económica así conocer a detalle todos los movimientos económicos de la empresa antes de impuesto e intereses, y así tener conocimiento si la empresa tiene buenos resultados. Y tomar las deseables decisiones en beneficio de la empresa, se debe de prestar atención constante en la evaluación si los activos, maquinarias de la empresa, cubra todas las necesidades de la empresa. Para no tener dificultad al momento de la fabricación de los artículos de cocinas. Y no perder la calidad y prestigio que está obteniendo la empresa

3.- Se debe mediante el cálculo de la rentabilidad. Se conoce también su rentabilidad financiera, se evalúa de cuanto es la inversión que los accionistas tienen en la empresa, y cuánto de beneficio van a obtener. Verificar que el porcentaje sea óptimo, para tomar mejores decisiones en cuanto a los accionistas, en esta situación se debe analizar el apalancamiento de la deuda, para ello, debería la empresa tener personal capacitado para evaluar todos estos puntos claves de la empresa.

4.- Para que exista una buena rentabilidad es necesario evaluar el rendimiento económico y financiero de la empresa analizar, cada uno de los aspectos mencionados, la empresa debería ponerlos en práctica, para obtener buenos resultados en la rentabilidad.

5.- Para que exista una buena rentabilidad primero se tiene que comparar el beneficio con la inversión y saber si la inversión está dando frutos, para ello la empresa debería evaluar si la inversión que realizan en su producción de la empresa es óptima, además se debería implementar más tecnología en la empresa de manera que sea beneficiosa para los trabajadores y la empresa.

REFERENCIAS

- Eslava, D. J. (2016). *La rentabilidad: análisis de costes y resultados*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Agbaeze, E., Chiemekwe, M., Ogbo, A., & Ukpere, W. (2020). Impact of pricing practice management on performance and sustainability of supermarkets in the urban area of Enugu State, Nigeria. *Sustainability (Switzerland)*, Volume 12, Article number 6019, DOI: 10.3390/su12156019.
- Agency, X. N. (8 de Oct. de 2020). Empresas siderurgicas de China sufren caída de rentabilidad en periodo enero-agosto. *Las principales empresas siderurgicas de China experimentaron una caída de su rentabilidad*, págs. 181 words p. NA. Gale OneFile: News, link.gale.com/apps/doc/A637742490/STND?u=univcv&sid=STND&xid=38d1fd87. Accessed 25 Jan. 2021.
- Aguagüña, G. V. (2017). *La determinación de costos y la fijación de los precios en la fábrica Andrew's*. Ambato Ecuador, <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/24524>: Universidad Tecnica de Ambato.
- Alvarez, V. P. (2018). Ethics and Research Primer. *ÉTICA E INVESTIGACIÓN Vol. 7 Núm. 2 (2018)*, 122-49., <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/434>.
- Amaral, J., & Guerreiro, R. (7 October 2019). Factors explaining a cost-based pricing essence. *Journal of Business and Industrial Marketing*, Volume 34 (8), Pages 1850-1865, DOI: 10.1108/JBIM-12-2018-0373.
- BBVA. (2018). Qué es la inversión. *BBVA*, <https://www.bbva.com/es/que-es-la-inversion/>.
- Busata, S. E., Sperandio, M. G., Larentis, F., & De Toni, D. (2016). AS ESTRATÉGIAS DE PRECIFICAÇÃO E O DESEMPENHO DAS EMPRESAS. *Revista Eletrônica de Administração*.
- Carranza, C. H. (2018). *El sistema de costos basados en actividades y su incidencia en la fijación de precios de la residencial Torre el Polo, periodo 2016 - 2018*. Universidad Cesar Vallejo, Trujillo. Trujillo, <https://hdl.handle.net/20.500.12692/33724>: Universidad Cesar Vallejo.
- Castro, N. S. (2017). *El financiamiento como factor de la rentabilidad de las microempresas de las asociaciones de productores de calzado Juan Cajas de la ciudad de Ambato*. Universidad tecnica de Ambato. Ambato Ecuador, <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/25292>: Universidad tecnica de Ambato.

- Ccaccya, B. D. (2015). Análisis de rentabilidad de una empresa. *Actualidad Empresarial, VII1 al VII-2*.
- Chagerben, C. M. (2019). *El fondo de maniobra y la rentabilidad de las Pymes: caso empresas de productos alimenticios en la ciudad de Guayaquil, Ecuador*. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil. Guayaquil,
https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2016&as_yhi=2020&q=El+fondo+de+maniobra+y+la+rentabilidad+de+las+Pymes%3A+caso+empresas+de+productos+alimenticios+en+la+ciudad+de+Guayaquil%2C+Ecuador&btnG=:+Universidad+Tecnologica+Empresarial+de+Guayaquil.
- Chan, Y., Fung, K., & Ng, K. (2018). Product design: A pricing framework accounting for product quality and consumer awareness. *AIChE Journal, Volume 64 (7)* , Pages 2462-2471, DOI: 10.1002/aic.16153.
- Charre, R. L. (2020). *Rentabilidad económica en la fabricación de muebles de madera industrial-artesanal y formalización de los micro y pequeñas empresas en los distritos de manantay, calleria y yarinacocha, provincia de coronel portillo, departamento de ucayali, 2016*. Universidad Nacional de Ucayali. Ucayali,
<http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/4581>: Universidad Nacional de Ucayali.
- Chen, Y., & Farias, V. (2018). Robust dynamic pricing with strategic customers. *Mathematics of Operations Research, Volume 43 (4)*, Pages 1119-1142, DOI: 10.1287/moor.2017.0897.
- Contreras, S. N., & Díaz, C. E. (2015). Financial structure and profitability: origin, theories and definitions. *Revista Valor Contable, Vol. 2, Núm. 1, 2015* , (35-44), DOI: <https://doi.org/10.17162/rivc.v2i1.824>.
- Cordoba, S. C., & Moreno, M. D. (2017). THE IMPORTANCE OF A GOOD PRICING STRATEGY AS A TOOL OF MARKET. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. TENDENCIAS Vol. XVIII No.2 2017*, Páginas 58-68,
<http://dx.doi.org/10.22267/rtend.171802.73>.
- Córdova, V. V. (2016). *“Los costos de producción y la rentabilidad de la empresa Mundo Azul”*. Ambato - Ecuador, <http://redi.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/23016>: Universidad Técnica de Ambato.
- Correa, G. J., Gómez, R. S., & Londoño, C. F. (2018). Indicadores financieros y su eficiencia en la explicación de la generación de valor en el sector cooperativo. *Revista de la Facultad de Ciencias Económica: Investigación y Reflexión, XXVI(2)*, p -129-14, DOI: <https://doi.org/10.18359/rfce.3859>.
- Delgado, G. L. (2017). *Costos por órdenes de trabajo y rentabilidad en la empresa corporación electro svm e.i.r.l., los olivos – 2017*. Lima - Peru,
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/15380>: Universidad Cesar Vallejo.

- DeToni, D., Sperandio, M. G., Busata, S. E., & Larentis, F. (2017). Pricing strategies and levels and their impact on corporate profitability. *Revista de Administração* 52, 120 - 133
<http://dx.doi.org/10.1016/j.rausp.2016.12.004>.
- Farhan, N., Tabash, M., & Yameen, M. (2020). The relationship between credit policy and firms' profitability: Empirical evidence from Indian pharmaceutical sector. *Investment Management and Financial Innovations Volume 17 (2,3)*, Pages 146-156, DOI: 10.21511/imfi.17(2).2020.12.
- Fernández, L. F. (2017). *Apoyo administrativo a la gestión de recursos humanos. UF0345*. Logroño (La Rioja): EDITORIAL TUTOR FORMACION.
- Flores, L. G. (2017). *Costos y la fijación de precios de la castaña pelada en la ONG Candela - 2016*. Madre de Dios: UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO.
- Flores, S. L. (2018). *Rentabilidad y el crecimiento financiero de la empresa Estación de Servicios RETA S.A.C. años 2015-2017*". Piura Peru: Universidad Cesar Vallejo.
- Fülöp, M., Szora, T. A., Ivan, O., & Solovăstru, A. (2020). Regressive model regarding the necessary profit margin forecast for a new project in the constructions field. *Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research, Volume 54 (2)*, Pages 181-198, DOI: 10.24818/18423264/54.2.20.11.
- Gallego, G., & Topaloglu, H. (2019). Basic Pricing Theory. *International Series in Operations Research and Management Science, Volume 279*, Pages 207-244, DOI: 10.1007/978-1-4939-9606-3_8.
- GARCÍA, V. D. (2019). FIJACIÓN DE PRECIOS: COMPRENDER Y CAPTAR VALOR AL CLIENTE. *Universidad Autónoma del Estado de México Facultad de Economía*,
http://148.215.1.182/bitstream/handle/20.500.11799/108264/secme-2357_1.pdf?sequence=1.
- Gestion, D. (21 de febrero de 2020). Rentabilidad. *Ganancias de 100 empresa top subieron 13% en año 2019*, págs. p-3, <http://gestion.peruquiosco.pe/m/a/20200221/3>.
- Gonzaga, A. S., Alaña, C. P., & Yánez, S. M. (2018). STRATEGIES FOR THE PRICING OF MASS CONSUMPTION PRODUCTS IN THE PROVINCE OF EL ORO. *Universidad y Sociedad, 10(2)*, , 221-227, <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>.
- Guerrero, G. P., Hernández, L. D., & Díaz, M. L. (2012). Metodología para la fijación de precios mediante la utilización de la elasticidad precio demanda. Caso tipo: repuestos del sector automotor. *Revista Apuntes del CENES, vol. 31, núm. 54*, 9-36.,
<https://doi.org/10.19053/01203053.v31.n54.2012.13>.

- Hayde, D. G. (2017). *Costos por órdenes de trabajo y rentabilidad en la empresa corporación electro svm e.i.r.l., los olivos – 2017*. . Lima - Peru: Universidad Cesar Vallejo .
- Hernandez, S. r. (2014). *Metodología de la Investigacion*. Mexico: Editorial Mexicana reg, Num 736, ISBN: 978-607-15-0291-9 (de la edicion anterior).
- Hinterhuber, A., & Liozu, S. (2017). Is innovation in pricing your next source of competitive advantage. *Innovation in Pricing: Contemporary Theories and Best Practices, Second Edition, 1*, 11-28, DOI: 10.4324/9781315184845.
- Huamani, Q. A. (2019). *Determinación del costo de producción y rentabilidad de la fabricación de hornillas a gas modelo selecto en la ciudad de juliaca, periodos 2016 - 2017*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- HUARI, P. W. (2018). “RENDIMIENTO ECONÓMICO EN PARCELAS AGROECOLÓGICAS Y CONVENCIONALES EN LAMICROCUENCA DEL RÍO MARIÑO EN LA PROVINCIA DE ABANCA”. Obtenido de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/3512/huari-perez-wagner-fredyman.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Huarpe, D. (26 de May de 2019). La produccion industrial PYME cayo 10.3% en Abril. *La produccion industrial PYME cayo 10.3% en Abril*, pág. <https://link.gale.com/apps/doc/A601286058/STND?u=univcv&sid=STND&xid=cca2c208>.
- Ingenbleek, P., Frambach, R., & Verhallen, T. (2013). Best practices for new product pricing: Impact on market performance and price level under different conditions. *Journal of Product Innovation Management, Volume 30*, Pages 560-573, DOI: 10.1111/jpim.12008.
- Jagabathula, S., & Rusmevichientong, P. (2017). A nonparametric joint assortment and price choice model. *Management Science, Volume 63 (9)*, Pages 3128-3145, DOI: 10.1287/mnsc.2016.2491.
- Jiménez, M. V., & Lozano, H. M. (2017). *Gestión financiera y la rentabilidad de la empresa San José Inversiones S.R.L., Jaén, 2017*. Universidad Señor de Sipan. Jaen, <https://hdl.handle.net/20.500.12802/4307>: USS-Institucional.
- Karak, A., & Basu, D. (2020). Profitability or Industrial Relations: What Explains Manufacturing Performance across Indian States? *Development and Change, 51 (3)*, 817-842, DOI: 10.1111/dech.12493.
- Kulikova, L., Aminova, D., & Lyzhova, A. (2020). Use of economic and mathematical modeling tools in planning investments in fixed assets. *International Journal of Criminology and Sociology, Volume 9*, Pages 2510-2513, DOI: 10.6000/1929-4409.2020.09.305.

- Kumar, S., & Chatterjee, A. (2013). A profit maximizing mathematical model for pricing and selecting optimal product line. *Computers and Industrial Engineering, Volume 64 (2)* , Pages 545-551, DOI: 10.1016/j.cie.2012.12.002.
- Leon, F. R. (2018). *Métodos de fijación de precios y su influencia en la rotación de inventarios de corporación Tommy SAC, de la ciudad de Tacna, periodo 2015- 2017*. Tacna, <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/UPT/758>: Universidad Privada de Tacna.
- Luna, M. L. (2017). *El control interno de almacén y la rentabilidad de la empresa constructora inversiones en ti jesús s.a.c. distrito de huánuco, año 2016*. Universidad de Huanuco, Huanuco. Huanuco - Peru, <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/440>: Universidad de Huanuco.
- Maito, E. E. (2020). ACCUMULATION AND PROFITABILITY IN THE ARGENTINE MANUFACTURING SECTOR (1900-2014). *Revista de Economía Crítica, nº29*, 67 - 92, ISSN 2013-5254, http://www.revistaeconomicacritica.org/sites/default/files/5-EstebanEMaito_Acumulacion-y-rentabilidad-en-Argentina_1900-2014.pdf.
- Mejía, P. C. (2018). *“Costos de producción y rentabilidad en las empresas manufactureras de equipos deportivos del distrito de San Martín de Porres, 2018”*. Universidad Cesar Vallejo, Lima. Lima, <https://hdl.handle.net/20.500.12692/34471>: Universidad Cesar Vallejo.
- Melgar, Z. S. (2019). *COSTOS POR ORDEN DE SERVICIOS DE LAVADO Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS “ESTACIÓN DE SERVICIOS ADELITA” PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017*. LA LIBERTAD - ECUADOR.
- Melgar, Z. S. (2019;). *COSTOS POR ORDEN DE SERVICIOS DE LAVADO Y LA FIJACIÓN DE PRECIOS “ESTACIÓN DE SERVICIOS ADELITA” PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2017*. LA LIBERTAD - ECUADOR.
- Mellichamp, D. (2019). Profitability, risk, and investment in conceptual plant design: Optimizing key financial parameters rigorously using NPV%. *Computers and Chemical Engineering, Volume 128, (2)* , Pages 450-467, DOI: 10.1016/j.compchemeng.2019.04.016.
- Miralles, Q. J., Miralles, Q. M., & Nogueira, J. (2020). Sustainable development goals and investment strategies: The profitability of using five-factor fama-french alphas Volume 12 (5). *Sustainability (Switzerland)*, 1842, Pages 1-16, DOI: 10.3390/su12051842.
- Molina, P. P., Botero, B. S., & Montoya, R. A. (2017). Estudios de rendimiento en las empresas de familia. Una nueva. *Universidad ICESI*, 76–86, <https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.10.009>.
- Moyolema, M. B. (2016). *“Los costos de producción y la fijación de precios de la empresa Indu Jeans”*. Ambato-Ecuador, <http://redi.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/21786>: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.

- Palmer, M., & Truong, Y. (2017). The Impact of Technological Green New Product Introductions on Firm Profitability. *Ecological Economics Volume 136(1)*, 86-93, DOI: 10.1016/j.ecolecon.2017.01.025.
- Rodríguez, B. M. (2015). Política De Fijación De Precios: Una Nueva Metodología Basada En La Estructura De Costos-Competencia De La Empresa (Pricing Policy: A New Methodology Based on Cost-Competitive Structure of the Company). *Revista Internacional Administración & Finanzas*, v. 8 (2), p. 121-128, 2015, <http://ssrn.com/abstract=2500527>.
- RYANAIR, C. (2002). Fijacion de precios. *the low fares airline*, http://biblio3.url.edu.gt/publiclg/biblio_sin_paredes/maestria/direc_industrial/2016/Admis_mark/12.pdf.
- Sánchez, B. J. (2002). "Análisis de Rentabilidad de la empresa". *Lección analisis contable*, paginas 24, <http://www.5campus.com/leccion/anarenta>.
- Solis, R. M. (2017). *Relación entre el financiamiento empresarial y la rentabilidad en las empresas del sector industrial que cotizan en la bolsa de valores de lima, periodo 2010 – 2014*. Universidad Peruana Union, Lima. Lima: Universidad Peruana Union.
- Spitsin, V., Ryzhkova, M., Vukovic, D., & Anokhin, S. (2020). Companies profitability under economic instability: evidence from the manufacturing industry in Russia. *Journal of Economic Structures, Volume 9 (1)*, Article number 9, DOI: 10.1186/s40008-020-0184-9.
- Stejskalová, I., Kozáková, P., & Pevná, J. (2019). Tax deductibility of interest under the atad in investment decisions. *Central European Business Review, Volume 8 (5)*, Pages 36-53, DOI: 10.18267/j.cebr.225.
- Stenzel, A., Wolf, C., & Schmidt, P. (2020). Pricing for the Stars: Dynamic Pricing in the Presence of Rating Systems. *EC 2020 - Proceedings of the 21st ACM Conference on Economics and Computation, Article number 3399522*, Pages 273-274, DOI: 10.1145/3391403.3399522.
- Suárez, Z. A. (2020). *Estudio correlacional entre financiamiento y rentabilidad para empresas inmobiliarias del Ecuador*. Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil. Ecuador, <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/15019>: Universidad Catolica de Santiago.
- Subing, H., Gusni., & Mulyati, Y. (2019). Asset growth, sales growth, profitability, and firm value: Evidence from Indonesia. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems, Volume 10 (3)*, Pages 417-423, Document Type: Article en Scopus.
- Sumalave, V. W. (2020). *Gestión financiera y rentabilidad en una empresa bajo régimen general*. Universidad Nacional del Callao, Lima. Callao, <http://repositorio.unac.edu.pe/handle/UNAC/5344>: Universidad Nacional del Callao.
- UCV. (2017). *Codigo de Etica en investigacion*. trujillo: universidad cesar vallejo.

- Vara, H. A. (2012). 7 Pasos para una tesis exitosa. *Instituto de Investigacion de la facultad de las ciencias Administrativas y Recursos Humanos Universidad San Martin de Porras*, paginas 451. disponible en internet, www.aristidesvara.net.
- Vasquez, V. C. (2014). *La Matriz de la variable (La MAVA): brujula en la elaboracion de proyectos de investigacion*. Huanuco : Universidad peruana union.
- Villón, Y. J. (2020). COSTOS DE PRODUCCIÓN Y FIJACIÓN DE PRECIOS EN LA MUEBLERÍA VILLÓN, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2019. *Universidad Estatal peninsula de Santa Elena*, https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Costos+de+producci%C3%B3n+y+fijaci%C3%B3n+de+precios+en+la+muebler%C3%ADa+Vill%C3%B3n%2C+provincia+de+Santa+Elena%2C+a%C3%B1o+2019&btnG=.
- Yi, S., Yu, L., & Zhang, Z. (2021). Research on pricing strategy of dual-channel supply chain based on customer value and value-added service. *Mathematics, Volume 9 (1)*, Pages 1-19 , DOI: 10.3390/math9010011.
- Zaldivar, Frias, Cardeñosa, Nuñez, & cora. (2020). *Analisis de la rentabilidad economica tecnologia propuesta para incrementar la eficiencia empresarial*. Ciudad de la Habana Cuba: editorial universitaria Cuba, <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=33n1DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP2&dq=Analisis+de+la+rentabilidad+economica+tecnologia+propuesta+para+incrementar+la+eficiencia+empresarial&ots=kKqsj1Mfec&sig=K2vv7zIFG3kFjivf86h05zni2uw#v=o>.

ANEXOS

Carta de autorización de la empresa

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN PARA EFECTOS DE INVESTIGACIÓN

Yo Miriam Pacco Churqui identificada con N° de DNI 41560319 como representante legal de la CITEGAS EIRL. Con N° de R.U.C. 20312535271 domiciliada en Calle Coronel Mendoza 104 Distrito de Paucarpata, Arequipa. **AUTORIZO** en uso de la información siguiente: información contable y financiera completo de la empresa Citegas.

A la Señorita: Montalvo Chávez, Delia Rosa. Identificada con N° de DNI 42061160 bachiller de la carrera Profesional de Contabilidad, con la finalidad de que pueda desarrollar su trabajo de investigación / tesis considerando que.

- Pueda mencionar el nombre de la empresa

Lima 30 de Diciembre 2020

CITEGAS E.I.R.L.
RUC: 20312535271

.....
Miriam Pacco Churqui
APROBADO PERENTE

Firma y sello representante legal
N° DNI: 41560319

Yo Montalvo Chávez, Delia Rosa. Bachiller de la carrera Profesional de Contabilidad declaro que los datos emitidos en esta carta son auténticos y no han sido falseados, de lo contrario acepto ser sometido al procedimiento disciplinario correspondiente tanto a nivel de mi universidad como de la empresa.


.....

Firma Bachiller
N° DNI: 42061160

FICHA RUC DE LA EMPRESA

Reporte de Ficha RUC

Lima, 13/11/2020

CITEGAS E.I.R.LTDA.
20312535271

Información General del Contribuyente	
Código y descripción de Tipo de Contribuyente	07 EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA
Fecha de Inscripción	25/03/1996
Fecha de Inicio de Actividades	01/04/1996
Estado del Contribuyente	ACTIVO
Dependencia SUNAT	0053 - I.R.AREQUIPA-MEPECO
Condición del Domicilio Fiscal	HABIDO
Emisor electrónico desde	-
Comprobantes electrónicos	-

Datos del Contribuyente	
Nombre Comercial	COMERCIAL ANDREA EIRL
Tipo de Representación	-
Actividad Económica Principal	29307 - FAB. APARATOS DE USO DOMESTICO NCP.
Actividad Económica Secundaria 1	36996 - OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS NCP.
Actividad Económica Secundaria 2	---
Sistema Emisión Comprobantes de Pago	MANUAL
Sistema de Contabilidad	COMPUTARIZADO
Código de Profesión / Oficio	-
Actividad de Comercio Exterior	SIN ACTIVIDAD
Número Fax	-
Teléfono Fijo 1	54 - 2 2 15
Teléfono Fijo 2	54 - 2 2 3
Teléfono Móvil 1	54 - 9 2 3
Teléfono Móvil 2	-
Correo Electrónico 1	estudiocontableafo@hotmail.com
Correo Electrónico 2	citegas@hotmail.com

Domicilio Fiscal	
Actividad Económica Principal	29307 - FAB. APARATOS DE USO DOMESTICO NCP.
Departamento	AREQUIPA
Provincia	AREQUIPA
Distrito	PAUCARPATA
Tipo y Nombre Zona	P.J. CIUDAD BLANCA
Tipo y Nombre Vía	CAL. CRNEL MENDOZA
Nro	104
Km	-

Página 1 de 3

Mz	-
Lote	-
Dpto	-
Interior	S/N
Otras Referencias	FTE COLEG. J.M.ARGUEDAS
Condición del inmueble declarado como Domicilio Fiscal	ALQUILADO

Datos de la Persona Natural / Datos de la Empresa	
Fecha Inscripción RR.PP	20/03/1996
Número de Partida Registral	-
Tomo/Ficha	4838
Folio	-
Asiento	1
Origen de la Entidad	NACIONAL
País de Origen	-

Registro de Tributos Afectos				
Tributo	Afecto desde	Exoneración		
		Marca de Exoneración	Desde	Hasta
IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	01/04/1996	-	-	-
RENTA 5TA. CATEG. RETENCIONES	01/01/2008	-	-	-
RENTA - REGIMEN ESPECIAL	01/06/2015	-	-	-
ESSALUD SEG REGULAR TRABAJADOR	01/01/2004	-	-	-
SNP - LEY 19990	01/01/2004	-	-	-

Representantes Legales					
Tipo y Número de Documento	Apellidos y Nombres	Cargo	Fecha de Nacimiento	Fecha Desde	Nro. Orden de Representación
DOC. NACIONAL DE IDENTIDAD 29434951	PPACO DE MAMANI ANDREA	TITULAR GERENTE	29/11/1940	23/02/1996	-
	Dirección	Ubigeo	Teléfono	Correo	
		---	--	-	

Mz	-
Lote	-
Dpto	-
Interior	S/N
Otras Referencias	FTE COLEG. J.M.ARGUEDAS
Condición del inmueble declarado como Domicilio Fiscal	ALQUILADO

Datos de la Persona Natural / Datos de la Empresa	
Fecha Inscripción RR.PP	20/03/1996
Número de Partida Registral	-
Tomo/Ficha	4838
Folio	-
Asiento	1
Origen de la Entidad	NACIONAL
País de Origen	-

Registro de Tributos Afectos				
Tributo	Afecto desde	Exoneración		
		Marca de Exoneración	Desde	Hasta
IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	01/04/1996	-	-	-
RENTA STA. CATEG. RETENCIONES	01/01/2008	-	-	-
RENTA - REGIMEN ESPECIAL	01/06/2015	-	-	-
ESSALUD SEG REGULAR TRABAJADOR	01/01/2004	-	-	-
SNP - LEY 19990	01/01/2004	-	-	-

Representantes Legales					
Tipo y Número de Documento	Apellidos y Nombres	Cargo	Fecha de Nacimiento	Fecha Desde	Nro. Orden de Representación
DOC. NACIONAL DE IDENTIDAD 29434951	PPACO DE MAMANI ANDREA	TITULAR GERENTE	29/11/1940	23/02/1996	-
	Dirección	Ubigeo	Teléfono	Correo	
		---	--	-	

**CERTIFICADO DE LA VALIDEZ DEL CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE
MIDE: la rentabilidad para la fijación de precios en fabricación de cocinas de
la empresa Citegas EIRL, Arequipa, 2021**

		Pertinencia		Relevancia		Claridad	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO
Rentabilidad económica							
Cantidad de Activos totales							
1	Considera que la cantidad de activos fijos que posee la empresa cubre todas las necesidades de la fábrica citegas EIRL?	✓		✓		✓	
Manejo de la rentabilidad							
2	¿La empresa citegas EIRL calcula su rentabilidad?	✓		✓		✓	
Beneficio antes de impuestos e intereses							
3	¿Se tiene conocimiento del beneficio obtenido del manejo de la empresa?	✓		✓		✓	
4	¿Se conoce el cálculo de su beneficio antes de impuestos e intereses?	✓		✓		✓	
Rentabilidad financiera							
<i>Margen</i>		SI	NO	SI	NO	SI	NO
5	¿Para la empresa citegas se llega a la meta en las ventas proyectadas?	✓		✓		✓	
<i>Rotación</i>							
6	¿La empresa practica esta metodología de rotación para atraer a sus clientes?	✓		✓		✓	
<i>Apalancamiento</i>							
7	¿Para el crecimiento de su negocio realiza a préstamos de terceros haciendo un estudio de apalancamiento de su deuda?	✓		✓		✓	
Rendimiento							
Rendimiento de capital		SI	NO	SI	NO	SI	NO
8	¿Considera que hay satisfacción del rendimiento de capitales de la inversión de los propietarios?	✓		✓		✓	
Rendimiento de los activos totales							
9	¿Consideran que el rendimiento de los activos totales mide la efectividad de la administración?	✓		✓		✓	
Rendimiento de la Inversión							
10	¿Consideran que el rendimiento de la inversión se debe a la buena utilización de técnicas y estrategias del buen manejo de su negocio?	✓		✓		✓	
Inversión							
Financiamiento externo		SI	NO	SI	NO	SI	NO
11	¿La inversión de la fábrica citegas EIRL. Cuenta con financiación externa como préstamos bancarios, terceros, etc.?	✓		✓		✓	
Financiamiento interno							
12	¿ La empresa citegas EIRL. en cuanto a su financiación, es con fondos propios de la empresa?	✓		✓		✓	

El rendimiento esperado							
13	¿Considera que para obtener una buena rentabilidad, se tiene que asumir riesgos para obtener buenos rendimientos esperados?	✓		✓		✓	
14	¿Se pronostican en que tiempo se puede recuperar su liquidez de su inversión?	✓		✓		✓	
Objetivos de fijación de precios							
Sostenibilidad							
		SI	NO	SI	NO	SI	NO
15	¿Considera que la sostenibilidad de fijación de precios es importante en la empresa?	✓		✓		✓	
Maximización de utilidad							
16	¿En su fijación de precios considera la maximización de utilidad?	✓		✓		✓	
Segmentación de mercados							
17	¿La segmentación de mercado influye en su fijación de precios?	✓		✓		✓	
Pricing basado en costos							
Costos fijos							
		SI	NO	SI	NO	SI	NO
18	¿Para la fijación de precios, en fabricación de cocinas industriales citegas EIRL se tienen en cuenta todos los costos fijos?	✓		✓		✓	
Costos variables							
19	Para la fijación de precios, en fabricación de cocinas industriales citegas EIRL. ¿Consideran todos los costos variables?	✓		✓		✓	
Margen de ganancia							
20	¿Para la fijación de precios consideran margen de ganancia?	✓		✓		✓	
21	¿Considera que el margen de ganancia de la empresa es óptimo?	✓		✓		✓	
La fijación de precios basados en valor							
Precios por buen valor							
		SI	NO	SI	NO	SI	NO
22	¿Considera que debe crear valor al producto y a su marca?	✓		✓		✓	
23	Precios por buen valor, ¿ofrecen al mercado productos de la misma calidad a un precios bajo?	✓		✓		✓	
24	¿Para la fijación de precios, consideran el valor percibido de los consumidores acerca del producto?	✓		✓		✓	
Precios valor agregado							
25	¿Consideran que crear valor agregado del producto les puede generar una mayor utilidad?	✓		✓		✓	
26	¿Para la fijación de precios, en fabricación de cocinas citegas EIRL. El producto tiene valor agregado?	✓		✓		✓	
27	¿Brindan capacitación a la fuerza de ventas, para vender mejor el producto?	✓		✓		✓	
Precio basado en la competencia							
Sistema de paridad competitiva							
		SI	NO	SI	NO	SI	NO
28	La fábrica citegas EIRL, forman parte de algún grupo de empresas para fijar un precio fijo del producto?	✓		✓		✓	
29	¿Para fijar sus precios consideran a la competencia?	✓		✓		✓	
Fijación de precios por debajo del nivel competitivo							
30	En la fabricación de cocinas citegas EIRL. ¿Cómo estrategia, fijan sus precios en determinados productos por debajo de nivel competitivo?	✓		✓		✓	
Fijación de precios por encima del nivel competitivo							
31	¿Cómo estrategia, fijan sus precios por encima del nivel competitivo con la finalidad de dar una imagen de calidad y prestigio?	✓		✓		✓	

FIRMA DE LOS JUECES

Opciones de aplicabilidad: aplicable () Aplicable después de corregir () no aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador: BENAVENTE VALDIVIA FELIX ALFREDO

N° DNI: 29478342

Especialidad del Validador: DOCTOR EN ECONOMIA

¹Pertinencia: el ítem corresponde al concepto teórico formulado.

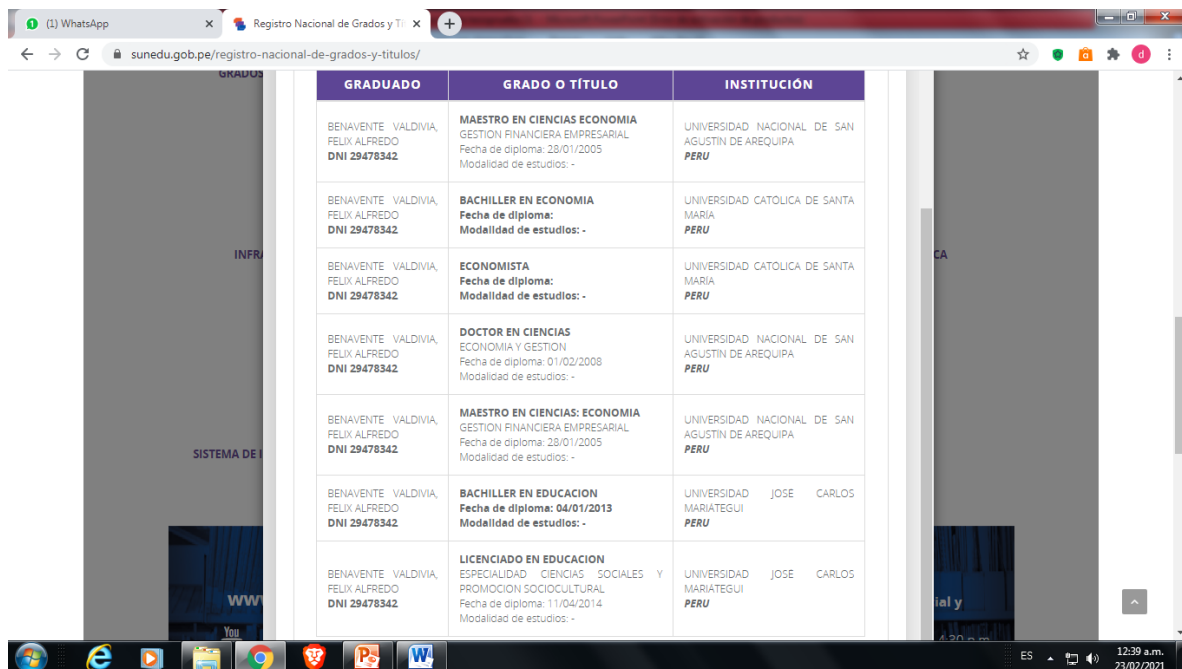
²Relevancia: el ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

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

14 de ENERO del 2021


Firma del experto informante.
DNI 29478342

INFORMACIÓN DE LA SUNEDU



GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
BENAVENTE VALDIVIA, FELIX ALFREDO DNI 29478342	MAESTRO EN CIENCIAS ECONOMIA GESTION FINANCIERA EMPRESARIAL Fecha de diploma: 28/01/2005 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTIN DE AREQUIPA PERU
BENAVENTE VALDIVIA, FELIX ALFREDO DNI 29478342	BACHILLER EN ECONOMIA Fecha de diploma: Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA PERU
BENAVENTE VALDIVIA, FELIX ALFREDO DNI 29478342	ECONOMISTA Fecha de diploma: Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA PERU
BENAVENTE VALDIVIA, FELIX ALFREDO DNI 29478342	DOCTOR EN CIENCIAS ECONOMIA Y GESTION Fecha de diploma: 01/02/2008 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTIN DE AREQUIPA PERU
BENAVENTE VALDIVIA, FELIX ALFREDO DNI 29478342	MAESTRO EN CIENCIAS: ECONOMIA GESTION FINANCIERA EMPRESARIAL Fecha de diploma: 28/01/2005 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTIN DE AREQUIPA PERU
BENAVENTE VALDIVIA, FELIX ALFREDO DNI 29478342	BACHILLER EN EDUCACION Fecha de diploma: 04/01/2013 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD JOSE CARLOS MARIATEGUI PERU
BENAVENTE VALDIVIA, FELIX ALFREDO DNI 29478342	LICENCIADO EN EDUCACION ESPECIALIDAD CIENCIAS SOCIALES Y PROMOCION SOCIOCULTURAL Fecha de diploma: 11/04/2014 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD JOSE CARLOS MARIATEGUI PERU

Opciones de aplicabilidad: aplicable Aplicable después de corregir () no aplicable ()
 Apellidos y nombres del juez validador: Chavez Huallani Jorge Luis
 N° DNI: 29537263
 Especialidad del Validador: Mag. en Finanzas y Administración de Negocios

1Pertinencia: el ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

3Claridad: 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

[Firma] Aqp 18 de Enero del 2021

 Firma del experto informante.

INFORMACIÓN DE LA SUNEDU

The screenshot shows a web browser window with the URL sunedu.gob.pe/registro-nacional-de-grados-y-titulos/. The page displays a table titled "Resultado" with the following data:

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
CHAVEZ HUAILLANI, JORGE LUIS DNI 29537263	BACHILLER EN CONTABILIDAD Fecha de diploma: 13/05/94 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTIN DE AREQUIPA PERU
CHAVEZ HUAILLANI, JORGE LUIS DNI 29537263	CONTADOR PUBLICO Fecha de diploma: 07/07/95 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTIN DE AREQUIPA PERU
CHAVEZ HUAILLANI, JORGE LUIS DNI 29537263	MAESTRO EN CIENCIAS: CONTABLES Y FINANCIERAS CON MENCIÓN EN FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Fecha de diploma: 11/01/19 Modalidad de estudios: PRESENCIAL	UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTIN DE AREQUIPA PERU

Copyright 2017. Todos los derechos reservados.

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

Apellidos y nombres del juez validador: ESPINOZA CRUZ MANUEL ALBERTO

DNI: 07272718

Especialidad del validador: Contador Auditor

N° de años de Experiencia profesional:

Fecha, 15 de enero del 2021

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

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

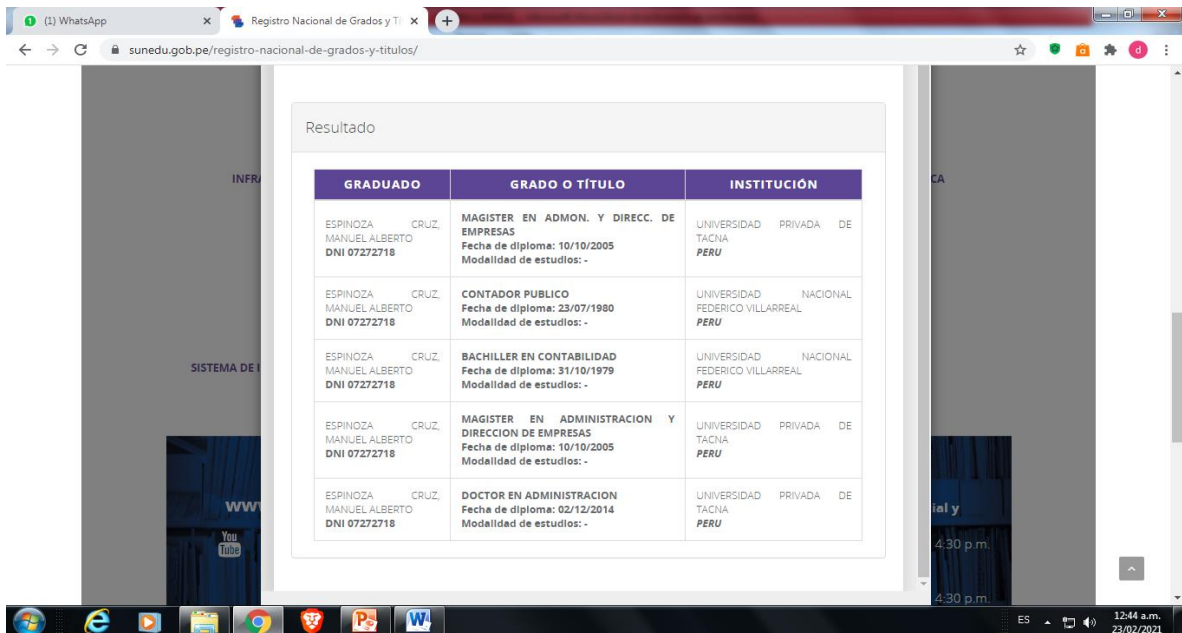
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



Firma del Experto Informante

INFORMACIÓN DE LA SUNEDU



The screenshot shows a web browser window with the URL sunedu.gob.pe/registro-nacional-de-grados-y-titulos/. The page displays a table titled "Resultado" with the following data:

GRADUADO	GRADO O TÍTULO	INSTITUCIÓN
ESPINOZA CRUZ, MANUEL ALBERTO DNI 07272718	MAGISTER EN ADMON. Y DIRECC. DE EMPRESAS Fecha de diploma: 10/10/2005 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA PERU
ESPINOZA CRUZ, MANUEL ALBERTO DNI 07272718	CONTADOR PUBLICO Fecha de diploma: 23/07/1980 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL PERU
ESPINOZA CRUZ, MANUEL ALBERTO DNI 07272718	BACHILLER EN CONTABILIDAD Fecha de diploma: 31/10/1979 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLARREAL PERU
ESPINOZA CRUZ, MANUEL ALBERTO DNI 07272718	MAGISTER EN ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS Fecha de diploma: 10/10/2005 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA PERU
ESPINOZA CRUZ, MANUEL ALBERTO DNI 07272718	DOCTOR EN ADMINISTRACION Fecha de diploma: 02/12/2014 Modalidad de estudios: -	UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA PERU

LA BASE DE DATOS

Excel

The screenshot shows an Excel spreadsheet titled 'ALFA DE CRONBACH DATOS - Excel'. The data is organized into several columns:

- LA RENTABILIDAD:** Columns P1 to P4.
- INVERSION:** Columns P5 to P10.
- FIJACION DE PRECIOS:** Columns P11 to P21.
- PRECIOS BASADO EN COSTOS:** Columns P22 to P27.
- PRECIOS BASADO EN VALOR:** Columns P28 to P31.
- PRECIOS BASADOS EN LA COMPETENCIA:** Columns D1 to D8.
- OTROS:** Columns V1 to V2.

The data rows (1-20) contain numerical values for each of these categories. The interface includes the standard Excel ribbon (Archivo, Inicio, Insertar, etc.) and the Windows taskbar at the bottom.

Análisis de información en SPSS

Paso N°1

The screenshot shows the 'Vista de variables' (View of variables) window in IBM SPSS Statistics. It lists 29 variables with the following columns: Nombre, Tipo, Anchura, Decimales, Etiqueta, Valores, Perdidos, Columna, Alineación, Medida, and Rol.

Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columna	Alineación	Medida	Rol
P1	Númerico	8	0	¿Considera que la cantidad...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P2	Númerico	8	0	¿La empresa citegas EIRL...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P3	Númerico	8	0	¿Se tiene conocimiento de...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P4	Númerico	8	0	¿Se conoce el cálculo de...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P5	Númerico	8	0	¿Para la empresa citegas...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P6	Númerico	8	0	¿La empresa practica esta...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P7	Númerico	8	0	¿Para el crecimiento de s...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P8	Númerico	8	0	¿Considera que hay satisf...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P9	Númerico	8	0	¿Consideran que el rendim...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P10	Númerico	8	0	¿Consideran que el rendim...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P11	Númerico	8	0	¿La inversión de la fábrica...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P12	Númerico	8	0	¿La empresa citegas EIRL...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P13	Númerico	8	0	¿Considera que para obe...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P14	Númerico	8	0	¿Se pronostican en que ti...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P15	Númerico	8	0	¿Considera que la sosteni...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P16	Númerico	8	0	¿En su fijación de precio...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P17	Númerico	8	0	¿La segmentación de mer...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P18	Númerico	8	0	¿Para la fijación de precio...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P19	Númerico	8	0	¿Para la fijación de precio...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P20	Númerico	8	0	¿Para la fijación de precio...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P21	Númerico	8	0	¿Considera que el margen...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P22	Númerico	8	0	¿Considera que debe area...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P23	Númerico	8	0	¿Precios por buen valor...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P24	Númerico	8	0	¿Para la fijación de precio...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P25	Númerico	8	0	¿Consideran que crear val...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P26	Númerico	8	0	¿Para la fijación de precio...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P27	Númerico	8	0	¿Brindan capacitación a la...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P28	Númerico	8	0	¿La fábrica citegas EIRL fo...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
P29	Númerico	8	0	¿Para fijar sus precios co...	(1, Nunca)...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada

Paso N° 2

IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 41 de 41 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29											
1	3	2	2	2	4	3	2	3	4	3	4	3	4	2	4	3	2	3	2	2	3	5	3	4	5	2	2	1	4	4	1	9	9	10	13	9	10	21	1	
2	2	2	1	1	2	3	3	2	3	3	3	2	5	2	3	1	1	2	1	2	2	3	4	3	4	2	3	2	3	2	3	6	8	8	12	5	7	19	1	
3	1	2	2	1	2	2	2	3	3	3	4	2	4	2	3	2	1	1	2	1	1	4	3	2	2	2	2	5	3	4	6	6	9	12	6	5	15	1		
4	3	2	2	1	2	3	1	2	2	3	3	1	4	2	2	1	1	3	1	2	3	3	3	3	2	3	1	2	4	3	8	6	7	10	4	9	17	1		
5	2	2	1	2	3	2	2	2	3	4	4	2	3	3	4	1	1	1	1	2	2	3	4	2	4	3	3	2	2	3	2	7	7	9	12	6	6	19	1	
6	3	3	1	2	3	2	1	4	4	4	3	1	4	3	3	2	2	2	2	1	3	4	3	4	5	2	3	2	3	2	3	9	6	12	11	7	8	21	1	
7	2	2	1	1	3	3	3	2	3	3	4	2	3	2	3	1	1	1	2	2	1	4	3	3	4	3	2	1	2	2	1	6	9	8	11	5	6	19	1	
8	3	2	2	2	4	3	4	3	3	4	5	2	5	3	3	2	1	2	2	3	2	5	4	2	3	4	4	2	4	3	4	9	11	10	15	6	9	22	1	
9	2	2	1	2	3	3	3	4	2	3	4	1	5	3	4	1	2	2	1	3	4	5	4	4	3	2	2	4	4	2	7	9	9	13	7	8	22	1		
10	3	3	2	1	4	2	3	2	4	4	3	2	4	2	3	1	2	1	1	2	1	5	4	2	3	3	1	2	2	3	9	10	11	6	5	20	1			
11	2	2	1	2	3	2	2	3	3	4	2	3	3	3	1	1	1	1	2	2	3	4	2	4	3	3	1	2	3	3	7	7	8	12	5	6	19	1		
12	3	3	1	2	3	2	1	4	4	4	3	1	4	3	3	2	2	2	2	1	3	4	3	4	5	2	3	2	3	2	2	9	6	12	11	7	8	21	1	
13	2	2	1	1	3	3	2	2	3	4	2	3	2	3	1	1	2	1	2	1	4	3	3	4	3	2	1	2	2	1	6	8	8	11	5	6	19	1		
14	3	2	3	2	4	2	4	3	3	4	5	2	5	3	3	2	1	2	2	3	2	5	4	2	3	4	4	2	4	3	4	10	10	15	6	9	22	1		
15	3	2	2	2	4	3	1	3	4	3	4	3	4	2	4	3	2	2	2	3	5	5	4	4	3	2	2	4	4	2	9	8	10	13	9	9	23	1		
16	2	2	1	1	2	3	2	2	3	3	3	2	5	2	3	1	1	2	1	2	2	3	4	3	4	2	3	1	3	2	3	6	7	8	12	5	7	19	1	
17	1	2	2	1	2	2	2	3	3	4	2	4	2	3	2	1	1	2	1	1	4	3	2	2	2	2	2	4	3	4	6	6	9	12	6	5	15	1		
18	3	3	2	1	2	3	1	2	2	3	3	1	4	2	2	1	1	3	1	3	3	3	3	2	3	1	2	4	3	9	6	7	10	4	10	17	1			
19	2	2	1	1	3	3	2	2	3	4	2	3	2	3	1	1	1	1	2	1	4	4	3	4	3	3	2	2	2	6	8	8	11	5	5	20	1			
20	3	2	2	2	4	3	2	3	3	4	5	2	5	3	3	2	1	2	2	3	2	5	3	2	4	4	4	1	4	3	3	9	9	10	15	6	9	22	1	
21																																								
22																																								
23																																								
24																																								
25																																								
26																																								

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Paso N° 3

IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Nombre	Tipo	Ant	Estadísticas descriptivas	Frecuencias	Almas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Númerico	8	Descriptivos...		Derecha	Ordinal	Entrada
2	P2	Númerico	8	Explorar...		Derecha	Ordinal	Entrada
3	P3	Númerico	8	Tablas cruzadas...		Derecha	Ordinal	Entrada
4	P4	Númerico	8	Análisis TURF		Derecha	Ordinal	Entrada
5	P5	Númerico	8	Gráficos E-P...		Derecha	Ordinal	Entrada
6	P6	Númerico	8	Gráficos Q-Q...		Derecha	Ordinal	Entrada
7	P7	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	P8	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	P9	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	P10	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	P11	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	P12	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	P13	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	P14	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	P15	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	P16	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	P17	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	P18	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	P19	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	P20	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	P21	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	P22	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
23	P23	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
24	P24	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
25	P25	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
26	P26	Númerico	8	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
27	P27	Númerico	8	0	Ninguno	Ninguno	8	Entrada
28	P28	Númerico	8	0	Ninguno	Ninguno	8	Entrada
29	P29	Númerico	8	0	Ninguno	Ninguno	8	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Paso N° 4

