



UNIVERSIDAD JOSE CARLOS MARIÁTEGUI

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS EMPRESARIALES Y
PEDAGÓGICAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS

**EVALUACIÓN DEL NIVEL DE LA RENTABILIDAD MENSUAL DE LA
POLLERÍA LOS GALLITOS EN EL CENTRO MINERO DE CUAJONE,
EN EL AÑO 2021**

PRESENTADO POR:

Bach. PARIPANCA MARCA, RUTH LILIANA

Bach. POMA TIQUE, LISETTE ROXANA

ASESOR

DR. JULIO CESAR LUJAN MINAYA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

INGENIERO COMERCIAL

MOQUEGUA PERÚ

2021

ÍNDICE DE CONTENIDO

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE DE CONTENIDO	v
ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRAC	ix
INTRODUCCIÓN	x
CAPITULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	11
1.1. Descripción de la realidad problemática	11
1.2. Definición del problema.	12
1.2.1. Problema principal	12
1.2.2. Problemas específicos.	12
1.3. Objetivos de la investigación	12
1.3.1. Objetivo principal.	12
1.3.2. Objetivos específicos	12
1.4. Justificación y limitaciones de la investigación.	13
1.5. Variables.	13
1.6. Hipótesis de la investigación.	14
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	15
2.1. Antecedentes de la investigación	15
2.2. Bases teóricas.	17
2.3. Marco conceptual.	18
CAPITULO III: MÉTODO	43
3.1. Tipo de investigación.	43
3.2. Diseño de investigación.	43
3.3. Población y muestra.	43
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	44
3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.	44
CAPITULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.	45

4.1. Presentación de resultados	45
4.2. Contrastacion de hipotesis	59
4.3. Discusión de resultados	62
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	64
5.1. Conclusiones.....	64
5.2. Recomendaciones	65
BIBLIOGRAFÍA.....	66
ANEXOS	68

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

Tabla 1 Organigrama	46
Tabla 2: Maquinaria y Equipos.	46
Tabla 3: Análisis de Costos (Costo fijo, costos variables y Costo Directo, Costo Indirecto).....	48
Tabla 4: Plan de Inversiones o Inversión Realizada	49
Tabla 5: Flujo de Ventas.....	53
Tabla 6: Plan de Financiamiento.	55
Tabla 7: Indicadores Financieros.	56
Tabla 8: Punto de Equilibrio.	56
Tabla 9: Ratios Financieros.	59

RESUMEN

El presente trabajo busca determinar el resultado de la Evaluación del nivel de la Rentabilidad Mensual del “Pollería Los Gallitos” en el Centro Minero de Cuajone en el año 2021.

Empezó sus operaciones en el año 1998 bajo el nombre de “Pollería Mercantil” ya que estaba bajo supervisión del Supermercado Mercantil de Southern Perú, en el año 2013 se realizó un contrato como concesionario de la empresa Southern Perú y empezó su funcionamiento como Pollería “Los Gallitos” hasta la actualidad está ubicado en el Centro Minero de Cuajone Block cd N°38 A-1 Villa Botiflaca, en el Distrito de Torata, Departamento de Moquegua, Provincia de Mariscal Nieto.

Esta pollería es una empresa privada, la cual pertenece al RER como régimen tributario.

Se da a conocer en la primera parte toda la información principal del negocio, dentro de ello se encuentran sus características, valores, misión y visión. También se menciona acerca de los objetivos que esta empresa busca desde sus inicios hasta la actualidad.

Actualmente no contamos con competidores directos ya que la ubicación de nuestro negocio es un Centro Minero en la que Pollería Los Gallitos, lidera como la única Pollería con la venta directa del pollo a la brasa y carnes a la parrilla, se ha identificado como competidor Clave a la Sanguchería El Sabrosito.

Luego de hacer el análisis al Estado Financiero, resulta que el VAN tiene un valor mayor a 0; ello quiere decir que los beneficios generales superan a sus costos, otro lado el TIR de este negocio es de 5%; por lo tanto, es un negocio Rentable. Es por eso que se considera rentable la Pollería Los Gallitos.

Palabras clave: rentabilidad, inversión, ventas y ratios financieros.

ABSTRAC

The present work seeks to determine the result of the Evaluation of the Monthly Profitability level of the “Pollería Los Gallitos” in the Cuajone Mining Center in the year 2021.

It began its operations in 1998 under the name of "Pollería Mercantil" since it was under the supervision of the Mercantile Supermarket of Southern Peru, in 2013 a contract was made as a concessionaire of the company Southern Peru and began its operation as Pollería "Los Gallitos" until now is located in the Cuajone Block Mining Center, cd N ° 38 A-1 Villa Botiflaca, in the District of Torata, Department of Moquegua, Province of Mariscal Nieto.

This chicken shop is a private company, which belongs to the RER as a tax regime.

In the first part, all the main information of the business is disclosed, including its characteristics, values, mission and vision. It is also mentioned about the objectives that this company seeks from its beginnings to the present.

Currently we do not have direct competitors since the location of our business is a Mining Center in which Pollería Los Gallitos, leads as the only Pollería with the direct sale of grilled chicken and grilled meats, it has been identified as a Key competitor to the Sangucheria El Sabrosito.

After doing the analysis of the Financial Statement, it turns out that the NPV has a value greater than 0; This means that the general benefits exceed its costs, on the other hand the IRR of this business is 5%; Therefore, it is a profitable business. That is why Pollería Los Gallitos is considered profitable.

Keywords: profitability, investment, sales and financial ratios.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se encuentra en el análisis de la rentabilidad de la Pollería Los Gallitos la cual está ubicada en el Centro Minero de Cuajone, Torata

Si bien es cierto que mientras recorre el tiempo, analizar la rentabilidad es fundamental para todas las organizaciones de todo tamaño pequeñas o grandes puesto que es considerado como clave para comparar con otra empresa, también vendría ser un importante indicador financiero el mismo que facilita la evaluación de la capacidad para generar algún retorno de inversión, por lo que muestra porcentajes de periodos distintos.

El negocio donde se realiza el estudio es de índole familiar, el cual se dedica a la venta de pollo a la brasa en especial, asimismo ofrece parrilladas, anticuchos y algunas bebidas, cuyo público objetivo es la comunidad minera.

A continuación, se presenta toda la información de la empresa y finalmente el análisis financiero que nos ayuda a saber cómo es su rentabilidad.

CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la realidad problemática

En nuestro país, el pollo a la brasa es un «Patrimonio Cultural de la Nación» reconocido por el INC, por medio de Resolución Directoral y el MINAGRI a través de RESOLUCION MINISTERIAL N.º 0441-2010-AG. Declaran que "El día del Pollo a la Brasa" se festeja el tercer domingo de todos los años, ello a partir de 2010, asimismo incorporan este plato dentro de la canasta básica, puesto que es de mucha importancia en el presupuesto de cada familia, lo que se delimitó es que se vendían en nuestro país más de 371 millones de unidades, ello tendría un equivalente a 100 millones de dólares en aproximado.

Debido a la aceptación del pollo a la brasa en el País y en nuestra localidad se viene incrementando el consumo logrando posicionarse como uno de los platos favoritos para la población, por lo cual desde el 2013 nace en el Centro Minero de Cuajone del Distrito de Torata el negocio "Pollería Los Gallitos", considerando en el mercado su vigencia podemos decir que es un negocio rentable; si bien se tiene desconocimiento del porcentaje de la variable planteada; en tal sentido se pretende investigar e identificar cada factor que incide en la rentabilidad del negocio .

1.2. Definición del problema.

1.2.1. Problema principal

¿Cuál es la rentabilidad mensual que se ha venido dando en el Snack Pollería Los Gallitos en el Centro Minero de Cuajone, en el año 2021?

1.2.2. Problemas específicos.

- ¿En qué nivel la Inversión determina la Rentabilidad del año 2021 de la Pollería Los Gallitos?
- ¿Cómo interviene el patrimonio en la Rentabilidad del año 2021 de la Pollería Los Gallitos?
- ¿En qué nivel las Ventas determinan la Rentabilidad del año 2021 de la Pollería Los Gallitos?
- ¿Como incide el Margen Comercial en la Rentabilidad del año 2021 de la Pollería Los Gallitos?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo principal.

Evaluar el nivel de la Rentabilidad mensual del Snack Pollería Los Gallitos en el Centro Minero de Cuajone, en el 2021.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar la rentabilidad de la Inversión mensual del Pollería Los Gallitos en el Centro Minero de Cuajone, en el 2021.
- Evaluar la rentabilidad del patrimonio mensual del Pollería Los Gallitos en el Centro Minero de Cuajone, en el 2021.
- Evaluar rentabilidad de las Ventas mensuales del Pollería Los Gallitos en el Centro Minero de Cuajone, en el 2021.
- Analizar la rentabilidad del Margen Comercial mensual del Pollería Los Gallitos en el Centro Minero de Cuajone, en el año 2021.

1.4. Justificación y limitaciones de la investigación.

La ejecución de este estudio cuyo propósito es analizar la rentabilidad de la pollería Los Gallitos, tiene mucha importancia para diferentes organizaciones de cualquier sector las cuales no tengan el recurso necesario a fin de implementar su ámbito financiero y así poner en marcha un adecuado análisis.

Asimismo, las organizaciones conocerán con referencia a las limitaciones que se deben considerar cuando se adquiere algún financiamiento, del mismo modo el gerente tome en cuenta lo que afronta la compañía acorde al nivel de endeudamiento.

Por otro lado, será de mucha ayuda para los negocios porque así tomarán más importancia a la variable, cooperando a una más adecuada toma de alguna decisión ya que por medio de esta se logrará dar soluciones a los problemas, y así obtener liquidez y rentabilidad mayor.

1.5. Variables.

Variable:

Rentabilidad

Dimensiones:

Rentabilidad sobre la Inversión:

UTILIDAD NETA / ACTIVOS TOTALES.

Rentabilidad sobre el Patrimonio:

RENTABILIDAD / PATRIMONIO.

Rentabilidad sobre las Ventas:

UTILIDAD NETA / VENTAS NETAS.

Rentabilidad sobre el Margen Comercial:

**VENTAS NETAS – COSTO DE VENTAS / VENTAS
NETAS.**

1.6. Hipótesis de la investigación.

H1: se genera rentabilidad en pollería los gallitos en el centro minero de cuajone, en el año 2021.

H0: no se genera rentabilidad en pollería los gallitos en el centro minero de cuajone, en el año 2021.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

A nivel internacional

Moyolema (2011) en su estudio llamado: “*La gestión financiera y su impacto en la rentabilidad de la cooperativa de ahorro y crédito kuriñan de la ciudad de Ambato año 2010*”, tiene que ver con una GF inadecuada dentro del negocio en relación con su rentabilidad, ello ha dificultado para que esta empresa tenga crecimiento, quizá por distintas razones una inadecuada administración de las finanzas, atrasados estados financieros, carencia de capacitación, no contar con asesoría técnica por parte de un profesional, inconvenientes que se han venido presentado tiempo atrás. Entonces en tal sentido se ha plantado un plan financiero el cual coopere con la solución de impedimentos que se presentan, apoyando a la regularización de ingresos y gastos para que se mantenga un equilibrio a favor de la empresa. Se le recomienda a la organización la realización de permanentes capacitaciones a su personal operario a fin de mejorar el servicio a los usuarios de esa manera conseguir la confianza de estos, a través del plan efectuado se logrará una planificación y organización mejor dentro de la compañía puesto que para crecer en el mercado es un factor fundamental.

A nivel nacional

Diaz (2016), en su trabajo titulado: *“Caracterización de capacitación y rentabilidad de las MYPE rubro restaurantes de la urb. Angamos de la ciudad de Piura, año 2016”*, cuya finalidad es hacer una identificación de cualidades que poseen la rentabilidad y capacidad en los establecimientos de comida, tomo en consideración como base metodológica al tipo descriptiva, cuantitativo su nivel, no experimental su diseño y transversal su corte. Sus resultados conseguidos fueron en relación a sus variables. Se delimitó que en su mayoría son varones los propietarios de estos negocios, la edad que tienen esta entre los 18 y 40 años y el tiempo que tienen es menor a 9 años. Para terminar, se llega a concluir que estas organizaciones tienen la necesidad de saber acerca de la motivación del personal con el propósito de que su productividad se incremente y así tenga una rentabilidad mejor.

A nivel local

Nina (2017), en su trabajo denominado: *“Evaluación mensual de la rentabilidad de la empresa “sweet dreams” de la región moquegua de los años 2015 y 2016”*, Donde su objetivo primordial de la empresa es brindar una atención y satisfacción a las distintas expectativas que en el mercado se presentan con un excelente y óptimo servicio, ofreciendo calidad y así poder continuar con el fortalecimiento de la imagen de dicha compañía, consiguiendo la implementación de estrategias con el fin de mantenerse en el mercado. Se da a conocer en el trabajo los datos más fundamentales del Hostal SWEET DREAMS a fin de poder plantear estrategias y poder aumentar los ingresos en la empresa. Entonces para conseguir ello al gerente se le entrevista recolectando así informaciones fidedignas, cualidades del negocio, los productos que ofrece y acerca de sus competidores, se toma la decisión de implementar estrategias en cuanto a las operaciones y así la organización sea viable.

Esta empresa posee ventajas grandes referentes a su competencia puesto que en el mercado los precios ofrecidos son competitivos, también

sus trabajadores están capacitados y motivados para ofrecer un buen servicio. Se basa este trabajo en el tipo descriptivo por medio del cual se logrará sustentar la viabilidad de la organización, asimismo servirá como instrumento para tomar una buena decisión y algunas sugerencias.

Mediante la evaluación de inversión y análisis de estados financieros, dio como resultado que la rentabilidad de Sweet Dreams ha sido positiva consiguiendo sus metas propuestas y recuperación de lo invertido.

2.2. Bases teóricas.

De acuerdo con Zamora (2008) se la variable que se estudia está referida a la medida del desempeño en un periodo determinado origina el capital empleado en ellos mismos, ello supone una comparación entre los medios usados para conseguirla y la renta que se genera. Por medio de esa comparativa se logra obtener si es rentable o no, lo que se da a conocer en un coeficiente denominado ratio financiero. Su origen de esta variable se relaciona con la manifestación de ratios. Efectuando seguimiento acerca de estos ratios, su inicio se viene circunscribiendo en la antigua edad, a lo largo de la época moderna y renacimiento.

Tiene como inicio el estudio de los ratios en el año 300 a.C. con Euclides, en su tratado matemático “Los elementos”. En su escrito V hace un análisis de las relaciones entre sí y proporciones, definiendo a un ratio como “una razón es una relación determinada con referencia a su magnitud de tamaño en medio de dos magnitudes” (Euclides, 1774). Estas deben contar con distintas cualidades, para estos ratios deben obedecer a la ley de trigonometría de magnitudes (Madden, 2011), también se deben extraer de los estados financieros (García, Mures, & Fernández, 2016), este convenio vendría a ser el motivo esencial para que el análisis de los ratios se desarrolle.

Acorde a Ibarra y Mares (2010), Lucas Paccioli realiza la práctica de estas ratios por medio de la creación de la idea de una doble partida, definiendo un principio que expresa lo siguiente “la sumatoria de lo que se anotó en el debe será a la suma de lo que se anotó en el haber”. El inicio del siglo XX, se hicieron implementaciones importantes en cuanto a las ratios como la fundación de ratios nuevos, la definición de criterios determinados y el reconocimiento de la necesidad de hacer una comparación de estos con otra compañía.

2.3. Marco conceptual.

➤ Rentabilidad

Hoz, Ferrer, y Hoz (2008), ambos indican que la rentabilidad es un término que tiene como función medir este término consiste en una medida con respecto a la capacidad que tienen los activos a fin de originar valor teniendo independencia de cómo se financiaron, permitiendo así tener una comparación de esta variable entre las organizaciones, sin que esta diferencia afecte su valor en su estructura financiera o pago del interés. (pág. 10)

Según Guajardo, (2002) la rentabilidad es todas las tomas de decisiones que tienen como consecuencia incrementar los niveles de utilidades de la empresa

Rosillón, 2009 sostiene que es todo el proceso matemático que permite tener una mira más clara en el momento de decidir la siguiente acción, todo en beneficio de la empresa.

Según Betancourt, Vergara, y Ramírez, (2012) ellos la rentabilidad va a permitir que todos los participantes de la empresa puedan llegar a la meta juntos, puesto que si esto no da un resultado que convenza a los inversionistas la empresa no podrá seguir.

➤ EE FF

(ZEBALLOS, 2013) indica que se considera como un grupo de informantes de recopilación, estos informantes transmiten toda la

información a los responsables de la empresa para que estos sujetos puedan hacer uso de dicha información.

Se deduce entonces que estos son los que muestran como esta rigiendo la empresa

➤ **Rentabilidad Económica (ROA)**

Jaime (2010), sostiene que son las ganancias que una empresa se plantea obtener, empleando los activos.

Según la revista Banca y Negocios (2017) menciona que para esto existe una limitación para no caer en lo negativo, esa limitante es el 5% , antes de ello es positivo el resultado.

➤ **Rentabilidad de ventas**

Perú contable (19 de octubre, 2017) indican que si no fuera por la rentabilidad de ventas no se podría conocer el estado de las ventas en cuestión del beneficio que trae consigo realizar dicha actividad en la empresa.

➤ **COSTOS**

Según los autores Rayburn, ellos consideran que es la unión de todas las compras ejecutadas, que influyen en la producción del cual se da una parte económica para esas compras y se espera posterior adquirir mas de lo brindado en ese periodo.

➤ **ROE**

Gitman (2012) expresa, es una manera que la empresa tiene para obtener los números que le permitirán analizar que todo lo realizado hasta el momento está trayendo beneficios o no.

➤ **Patrimonio**

Esta terminación tiene como procedencia del latín con la misma denominación y se relaciona como una agrupación de bienes pertenecientes a solo un individuo sea persona jurídica o natural. Se suele usar para denominar a lo que se considera susceptible de una económica

estimación, aun cuando puede emplearse de una forma simbólica. (Onofre y Marroquín, 2016, pág. 34)

➤ **Ventas Netas.**

Incorpora todos los ingresos obtenidos por la prestación de algún servicio o venta de algún producto procedentes de actividades comerciales, considerando bonificaciones, rebajas o descuentos que no son financieros. (Caballero, 2012, pág. 23)

➤ **Financiamiento**

Según Westreicher (2018) el financiamiento es toda aquella decisión de aprobación económica dada en una empresa, en donde se empieza todos los procesos, que puedan generarse con esa aprobación.

➤ **Margen Comercial.**

Es un parámetro que se determina a través de la diferencia entre las ventas de los bienes y su costo: el costo de los productos. (Caballero, 2012, pág. 44)

• **Información de la empresa**

El Snack Pollería “Los Gallitos” está ubicado en el centro minero de Cuajone de la provincia de Torata del departamento de Moquegua, empezó sus operaciones en el año 1998 bajo el nombre de “Snack Pollería Mercantil” ya que estaba bajo supervisión del Supermercado Mercantil de Southern Perú, en el año 2013 se realizó un contrato como concesionario de la empresa Southern Perú y empezó su funcionamiento como Snack Pollería “Los Gallitos” hasta la actualidad.

Nombre completo: Snack Pollería “Los Gallitos”

Objeto Social: Brindar servicio de pollo a la Brasa.

Domicilio Fiscal: La Pollería Los Gallitos se localiza en el Centro Minero de Cuajone Block cd N°38 A-1 Villa Botiflaca, en el Distrito

de Torata, Departamento de Moquegua, Provincia de Mariscal Nieto. Es una empresa privada, la cual pertenece al RER como régimen tributario.

Logo de la Empresa



Es un Empresa Familiar, que brindamos un servicio de calidad a la comunidad minera en preparación de comida, bebidas y otros, especialistas en carnes al carbón como:

Pollo a la Brasa

- ¼
- 1/2
- 1



Parrilladas

- Res
- Chancho
- Pollo



Anticuchos

De Corazón



Salchipapas	Mediana y Grande	
M		
i		
Gaseosas y Agua	<ul style="list-style-type: none"> • Personal • 1Ltr • 2Ltr • 3Ltr 	
S		
i		
ó		
Mates Calientes	<ul style="list-style-type: none"> • Te • Café • Manzanilla • Anís • Coca 	
S		
a		
A pedido	<ul style="list-style-type: none"> • Caldo de Gallina • Caja china • Chicharrones • Ceviche • Asados 	
i		
s		
f		
a		

cer a nuestros clientes, brindando los mejores pollos a la brasa, parrilladas, pollo a la plancha, anticuchos, entre otros productos. Preparados con insumos de calidad, aplicando las buenas prácticas de manufactura, con la mejor atención y en un agradable ambiente familiar.

Visión

Ser reconocidos como la mejor pollería de la región por nuestros estándares de calidad, la óptima atención y satisfacción de las necesidades de nuestros clientes, contando con colaboradores plenamente identificados con la empresa.

Valores

- **Perseverancia:** Somos persistentes, actuamos con decisión y constancia para ofrecer lo mejor a nuestros clientes. Respondemos a la confianza que han depositado en nosotros.

- **Solidaridad:** Cooperamos en el bien común de los miembros de nuestra Empresa.
- **Respeto:** Manejamos constructivamente un ambiente de tolerancia.
- **Compromiso:** Cumplimos con lo que prometemos y cada día somos mejores con nuestros clientes.

- **Tamaño Actual Y Proyectado.**

- **Definición del mercado**

El Negocio en estudio se encuentra ubicado en el Centro Minero de Cuajone Distrito de Torata, Departamento de Moquegua, Provincia de Mariscal Nieto. Los factores que se tomaron en cuenta para determinar la zona fueron los siguientes:

- Incremento de la población Empresas Service, que prestan servicios a Souther Perú para sus proyectos.
- El registro de habitantes de la Empresa Souther Perú en el área de Campamentos.

- **Tamaño actual**

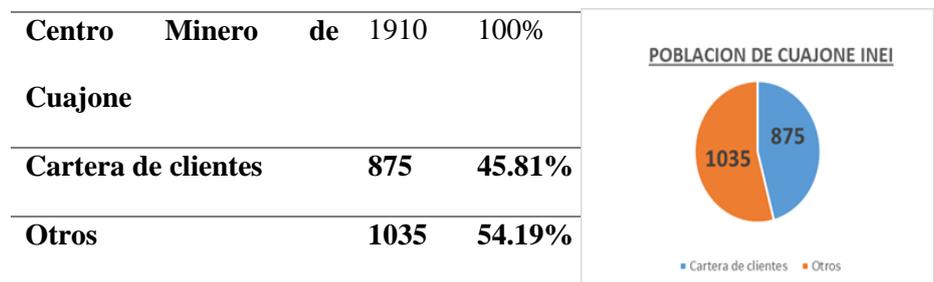
Para la segmentación se consideró a la población de la Fuente: INEI Estimaciones y Proyecciones del Centro Minero de Cuajone con un total de población de 1.910, lo mismo que representan el 34% de la población de Distrito de Torata.

POBLACION 2016		
Departamento	Moquegua	180.477
Provincia	Mariscal Nieto	81.450
Distrito	Torata	5.638
Cuajone		1.910

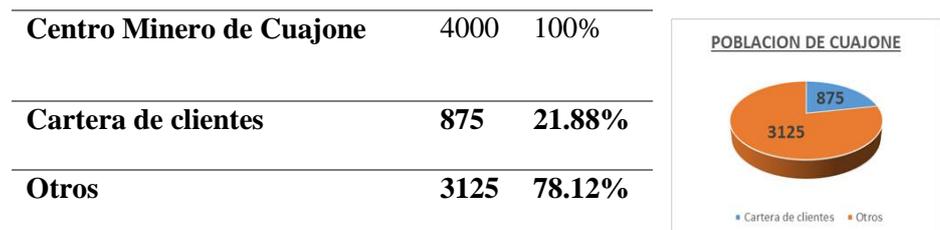
Villa Cuajone	350
Villa Botiflaca	1.500
Hospital	60

Fuente: INEI

El Snack Pollería los Gallitos tiene en su cartera de clientes a 875 personas que asisten regularmente, que representa el 45.81% de la población del Centro Minero de Cuajone.



Considerando la fuente de La Empresa Minera Southern Copper Perú el área de Campamentos nos informaron que cuenta con 4.000 mil habitantes considerando a las familias de sus trabajadores y a los trabajadores de las Empresas Services, que pernoctan en el Centro Minero de Cuajone.



- **Tendencias Del Mercado.**

“Pese al enfriamiento de la economía peruana, todos los restaurantes de pollos a la brasa se están preparando para cumplir con esta ambiciosa meta, aunque se considera que quizá se llegue a vender 950.000 pollos a

la brasa. Cifra que estaría muy por encima de lo alcanzado el año pasado (720.000)".

Además, uno de los platos más democráticos porque les gusta a todos y su ticket promedio por persona fluctúa los S/15. Según las estadísticas y la Asociación Peruana de Avicultura (APA) a la fecha compiten 12.500 pollerías en el país entre cadenas, pollerías de barrios, chifas pollerías, entre otros.

En promedio las familias están compuestas por cuatro personas, por lo que cada una de ellas consumiría 4 pollos a la brasa al año (equivalente a dieciséis porciones de ¼). Asimismo, en Lima el consumo es mayor, pues se eleva a 19 pollos a la brasa al año por familia. Mientras que en las zonas rurales el consumo baja a 10 pollos a la brasa al año.

Apolonio Suárez, presidente de la Asociación Peruana de Avicultura indica "Aproximadamente el 20% de toda la producción de pollos a nivel nacional se destina al pollo a la brasa"

De acuerdo con Suárez, hasta el 2015 en el Perú existían cerca de 11,800 pollerías y actualmente ya suman cerca de 12,000.

Según cifras de la Asociación Peruana de Avicultura (APA) los peruanos consumimos al año 135 millones de pollos a la brasa, cifra que representa la quinta parte del total de pollos que se producen en el país. Asimismo, en promedio los peruanos gastamos 35 soles en una visita a una pollería, de acuerdo con estimados de la consultora Flanqueo. Agrega también que este crocante mercado ya mueve al año más S/ 3,500 millones.

Perfil Del Consumidor.

La población objetivo a quien dirigimos nuestros servicios está constituido por familias con diferentes estilos de vida y trabajadores de sexo masculino y femenino del Centro Minero de Cuajone.

Nuestros clientes potenciales son: Los trabajadores de sexo masculino y femenino del Centro Minero de Cuajone.

Segmentación:

- **Geográfico:** Habitantes del Centro Minero de Cuajone.
- **Demográfico:**
 - Edad: 14 años a más.
 - Género: Masculino y Femenino
 - Ocupación: Profesionales, estudiantes, amas de casa, obreros, etc.
- **Psicológicos:**
 - Clases sociales: Clase media alta y baja.
 - Estilo de Vida: Moderno sofisticado y progresista.
- **Conductuales:**
 - Ocasiones: Habitual

Competencia

Competidores directos

En la actualidad se identificado que no contamos con competidores directos ya que la ubicación de nuestro negocio es un-Centro Minero en la que Snack Pollería Los Gallitos, lidera como la única Pollería con la venta directa del pollo a la brasa y carnes a la parrilla, se ha identificado como competidor Clave a la Sangucheria El Sabrosito,

que ofrece el servicio de carnes a la parrilla al igual que nuestro negocio no tenemos clientes fijos.

Competidores indirectos



- Mates
- Gaseosas.

Matriz FODA

Aquí se efectúa el análisis de los factores internos más principales que vienen afectando a la pollería estos son las debilidades y fortalezas, se consideran controlables, por otra parte, se hace lo mismo como los externos que de forma negativa y positiva afectan a dicho negocio aquí se toma en cuenta las amenazas y oportunidades, estos no se pueden controlar, más si contrarrestar y aprovechar.

Fortalezas

- Conocimiento y experiencia en el negocio.
- Posicionamiento en la mente del consumidor.
- Precio justo.
- Servicio rápido y de calidad

Debilidades

- Registros de compra y ventas de forma manual
- Alta rotación de personal.
- Falta de promociones y publicidad.
- Local sujeto a contrato

Oportunidades

- Ofertas de financiamiento de bancos cajas y cooperativas.
- Alta demanda del mercado.
- Aumento de nuevas empresas servicios en Centro minero.
- Posibilidad de apertura nuevo local (Sucursal).

Amenaza

- Aumento de competidores indirectos.
- Rescindir contrato de concesionario.
- Cambio de estilo de vida, con tendencia al consumo de productos saludables.
- Corte de electricidad no programado.

FACTORES EXTERNOS	FORTALEZA	DEBILIDAD
FACTORES INTERNOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento y experiencia en el negocio. 2. Posicionamiento en la mente del consumidor. 3. Precio justo. 4. Servicio rápido y de calidad. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Registros de compra y ventas de forma manual 2. Alta rotación de personal. 3. Falta de promociones y publicidad. 4. Local sujeto a contrato.

OPORTUNIDAD	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIA DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ofertas de financiamiento de bancos cajas y cooperativas. 2. Alta demanda del mercado. 3. Aumento de nuevas empresas servicios en Centro minero. 4. Posibilidad de apertura nuevo local (Sucursal). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar el financiamiento, para mejoras en el local (F1-O1) 2. Publicitar nuestra Pollería para captar y mantener nuestro posicionamiento en el mercado. (F2-O2) 3. Promocionar nuestro producto a través de las Redes Sociales. (F3-03) 4. Realizar estudio de mercado en la ciudad de Moquegua, para posible sucursal. (F4-O4) 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Implementar sistema informático de compras y ventas. (D1-O1) 2.Capacitar y fidelizar al personal. (D2-02) 3. Utilizar las herramientas del Marketing Mix para captar nuevos clientes. (D3-O3). 4.Aprovechar el financiamiento, para adquirir nuevo local propio. (D4-O4)

AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento de competidores indirectos. 2. Rescindir contrato de concesionario. 3. Cambio de estilo de vida, con tendencia al consumo de productos saludables. 4. Corte de electricidad no programado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Utilizar nuestro conocimiento y experiencia para hacer frente a la competencia. (F1-A1) 2.Cumplir con las cláusulas de contrato y satisfacer a nuestros clientes(F2-A2) 3.Ofrecer en nuestra carta nuevas alternativas saludables. (F3-A3) 4.Adquirir grupo electrógeno para mantener servicio rápido y de calidad. (F4-A4) 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Capacitar al personal para el uso del nuevo sistema informático de ventas. (D1-A1) 2.Mejorar salariales e incentivos al personal. (D2-A2) 3. Promocionar nuevas alternativas de consumos saludable de nuestra carta.

Plan de mejora

FOTO / REFERENCIA	DESCRIPCIÓN	FOTOS / ACTUALES	DESCRIPCIÓN
 <p>3 Nivel</p> <p>2 Nivel</p> <p>1 Nivel</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Adquirir o confeccionar un cajón para los cubiertos. • Ordenar por tipo todos los platos. • 1er nivel sacar todo tipo de cartón, bolsas e insumos. • 2do nivel • 3er nivel 		<ul style="list-style-type: none"> • Se adquirió armario para colocar cubiertos clasificándolos. • Se compro nueva vajilla y se ordenó por cada tipo los platos. • Se ordeno los tres niveles ya que la caja funciona en otro lugar
	<ul style="list-style-type: none"> • Quitar todo tipo de trapo, Balde de basura, bolsas, papas fritas caídas. • Mantener una separación del lavadero y la freidora de papas. • Tratar de mantener el lavadero vacío. 		<ul style="list-style-type: none"> • Se coloco una pared falsa en el lugar del exhibidor y se cambió de posición la mesa de trabajo • El microondas se colocó en una repisa en la pared • Se realizaron cambios para obtener espacio y mantener orden
	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener las frituras en un lugar higiénico, 		<ul style="list-style-type: none"> • Se coloco una campana extractora para la freidora de papas y las papas se almacenan en un bol de acero inoxidable con tapa
	<ul style="list-style-type: none"> • En esta parte del local sacar las botellas y cajas y colocar en el lugar indicado. • Colocar un armario pequeño para las pertenencias de los colaboradores. 		<ul style="list-style-type: none"> • Se confecciono un mueble donde se puede almacenar las bebidas lo suficiente espacioso para no guardar las cajas de los envases

	<ul style="list-style-type: none"> • Colocar un letrero que diga caja. • En el área de la cocina solo debe de estar el cocinero y la cajera. • Los mozos deben de estar correctamente uniformados, fuera de la cocina, para no generar desorden en el área de la cocina. • En la barra parte media colocar un stiker con el logo de la empresa 		<ul style="list-style-type: none"> • Se cambio el lugar de la caja y se despejo la cocina donde solo estarán los mozos y el maestro pollero
	<ul style="list-style-type: none"> • Implementando en forma de L invertida con muebles de melamine que contengan cajones para poder colocar los servicios y materiales a usar, y estantes en la parte superior de la pared para colocar servicios, así mismo se recomienda implementar en el área de cocina un estante solo para almacén de productos no perecibles como también para tapers y materiales de despacho descartables. 		<ul style="list-style-type: none"> • Se coloco una barra en la parte posterior donde funcionara como caja y control de bebidas
	<ul style="list-style-type: none"> • En esta columna colocar un masetero colgante 		<ul style="list-style-type: none"> • En esta posición se colocó el nuevo refrigerador ya que no se puede colocar plantas artificiales por que la grasa se acumula
	<ul style="list-style-type: none"> • Adquirir un frigidier para insumos. • Adquirir una caja de dinero. 		<ul style="list-style-type: none"> • Se cambio un refrigerador en vez del exhibidor se colocó debajo del televisor

	<ul style="list-style-type: none"> • Quitar mesa que se encuentra al costado de la caja. 		<ul style="list-style-type: none"> • No se quitó la mesa ya que la caja ya no funciona en esta posición.
	<ul style="list-style-type: none"> • En el segundo ambiente colocar maceteros artificiales en esquinas y colgadores de maceteros 		<ul style="list-style-type: none"> • No se puede colocar plantas artificiales porque se acumularían de grasa
	<ul style="list-style-type: none"> • Se considera colocar lámparas llamativas pero que brinden la misma potencia de luz en el local. 		<ul style="list-style-type: none"> • No se consiguió lámparas adecuadas para el local
	<ul style="list-style-type: none"> • El local tiene todas sus paredes en color blanco las cuales se mantendrán en su mayoría, pero en lugares específicos se recomienda colocar papel decorado o llamado papel mural el cual contiene imágenes, esta puede ser colocada en la pared más grande de la segunda área del fondo donde se encuentra colocado un televisor. 		<ul style="list-style-type: none"> • Se pintó todo el local de dos colores marfil y Chamaya y le dio un ambiente agradable y diferente al local.
	<ul style="list-style-type: none"> • Confeccionar cajones para los descartables • En las paredes se recomienda colocar cuadros con motivos de la actividad de la empresa, como presentación de platos, y en algunas paredes colocar estantes donde se puedan colocar maceteros con plantas que le den color y vida al local. 		<ul style="list-style-type: none"> • Se confeccionó un armario para los descartables y se acomodó cuadros de los platos que se venden

	<ul style="list-style-type: none"> • Mandar a confeccionar una pared falsa de color blanco y colocarlo en el lugar ya indicado. 		<ul style="list-style-type: none"> • No se confecciono pared falsa
	<ul style="list-style-type: none"> • Comprar un cooler para colocar los insumos y no tenerlos a la vista del cliente. • Ubicar el cooler en la pared falsa junto con la mesa de madera para mantener un orden y limpieza. 		<ul style="list-style-type: none"> • Se Confecciono un mueble para mejor presentación y utilidad
	<ul style="list-style-type: none"> • En esta parte de sacar los descartables y colocar en la mesa que se ubio recientemente. • Colocar un masetero artificial. 		<ul style="list-style-type: none"> • Se cambio letrero con nuevo logotipo y se quitó descartables de la ventana para una mejor presentación.

La Oferta.

Productos O Servicios A Ofrecer

- Pollo a la Brasa
- Parrilladas de carne, pollo y cerdo.
- Anticuchos.
- Salchipapas.
- Mates
- Gaseosas.

Procesos Productivos

Para la preparación del Pollo a la Brasa se necesita de los siguientes ingredientes

- Pollo fresco para brasa de 1.600 kl a 1.800 kl sin viseras
- Sal.
- Aderezo o Menjunje para el pollo a la Brasa (licuado de ingredientes como: Ajo, cilandro, cerveza, ingredientes secretos).
- Papa
- Lechuga, tomate, pepinillo, limón y rocoto
- Mayonesa, mostaza y ketchup.

Procedimiento

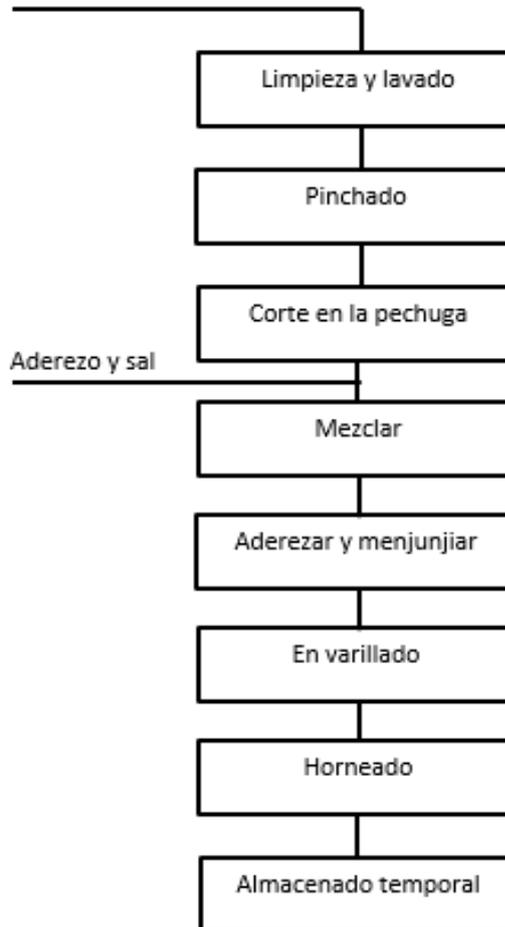
1. Se procede a limpiar el pollo quitando restos de viseras, plumas, y grasas sobrantes, luego se lava el pollo para sacar la sangre, dejando el pollo entero limpio.
2. Se procede a pinchar el pollo en partes carnosas como el pecho y piernas.
3. Se procede a hacer agujeros con el cuchillo en la parte superior del pecho sin maltratar la forma del pollo.

4. En un recipiente se agrega el aderezo y sal mezclando bien hasta diluir la sal.
5. Se coloca dentro del recipiente el pollo y se cubre con la mezcla por dentro
6. Se coloca en otro recipiente y se deja en reposo por unas 2 a 3 horas para su maceración.
7. Mientras esperamos que macere el pollo se procede a hervir el rocoto por 20 minutos, luego se licua agregando sal y se coloca en un recipiente.
8. Luego la papa se procede a lavar hasta quitar los restos de tierra, se pela, lava y se coloca en un recipiente con agua.
9. Pasado el tiempo de maceración, se prepara el horno para la cocción del pollo.
10. Se coloca el pollo con las alitas dobladas en las varillas y se ingresa al horno.
11. Se deja braseando en el horno por 1 hora y 30 minutos supervisando la cocción.
12. Mientras se brasea el pollo, se procede a la preparación de la ensalada, lavando los tomates, lechuga, pepinillo y limón, luego se pica la lechuga, tomate y pepinillo cada uno se coloca en recipientes distintos, luego se parten los limones a la mitad y se sacan las pepas colocando en un recipiente.
13. Luego se procede a vaciar las cremas (mayonesa, ketchup, mostaza y rocoto) en pequeños envases.

14. Una vez transcurrido 1 hora de la cocción del pollo, se abre el horno para mover el carbón o colocar más si es necesario para que inicie el dorado del pollo.
15. Mientras sigue cociendo el pollo se prende la freidora hasta que alcance la temperatura necesaria el aceite (10 minutos) mientras se procede a picar las papas, se lava y se escurre, una vez caliente el aceite se procede a echar las papas a las canastillas para iniciar la fritura de la papa que durara de 15 a 20 minutos, luego se saca las papas fritas en un recipiente para que escurra el aceite sobrante.
16. Ya transcurrido el tiempo de braceado, se saca las varillas del horno y se coloca el pollo al conservador para mantenerlo caliente. Con esto termina el proceso de producción del Pollo a la Brasa y ya está todo listo para servir.

DIAGRAMA DE BLOQUES

POLLO



ELABORACIÓN PROPIA

DIAGRAMA DE OPERACIONES DEL PROCESO

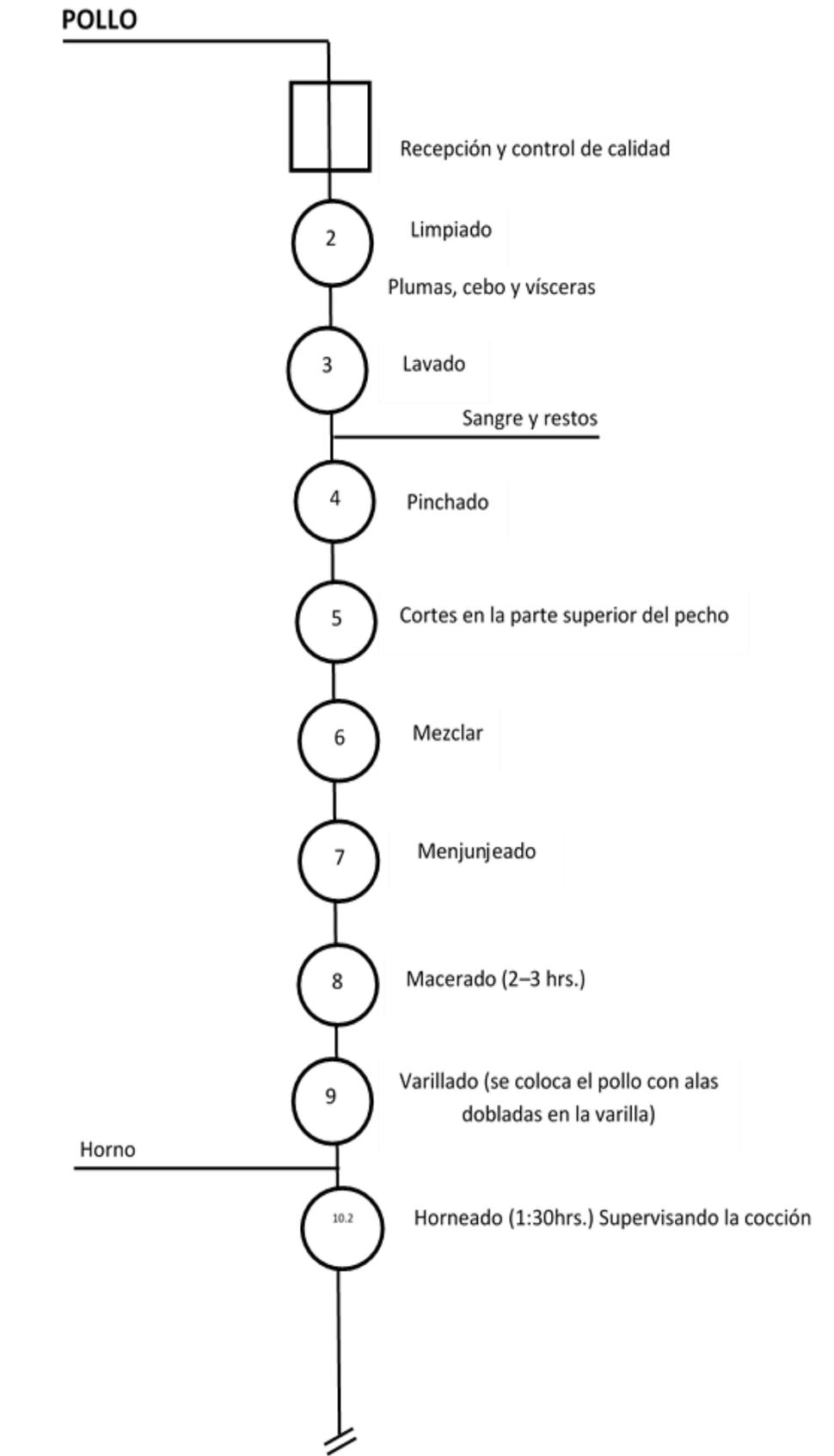
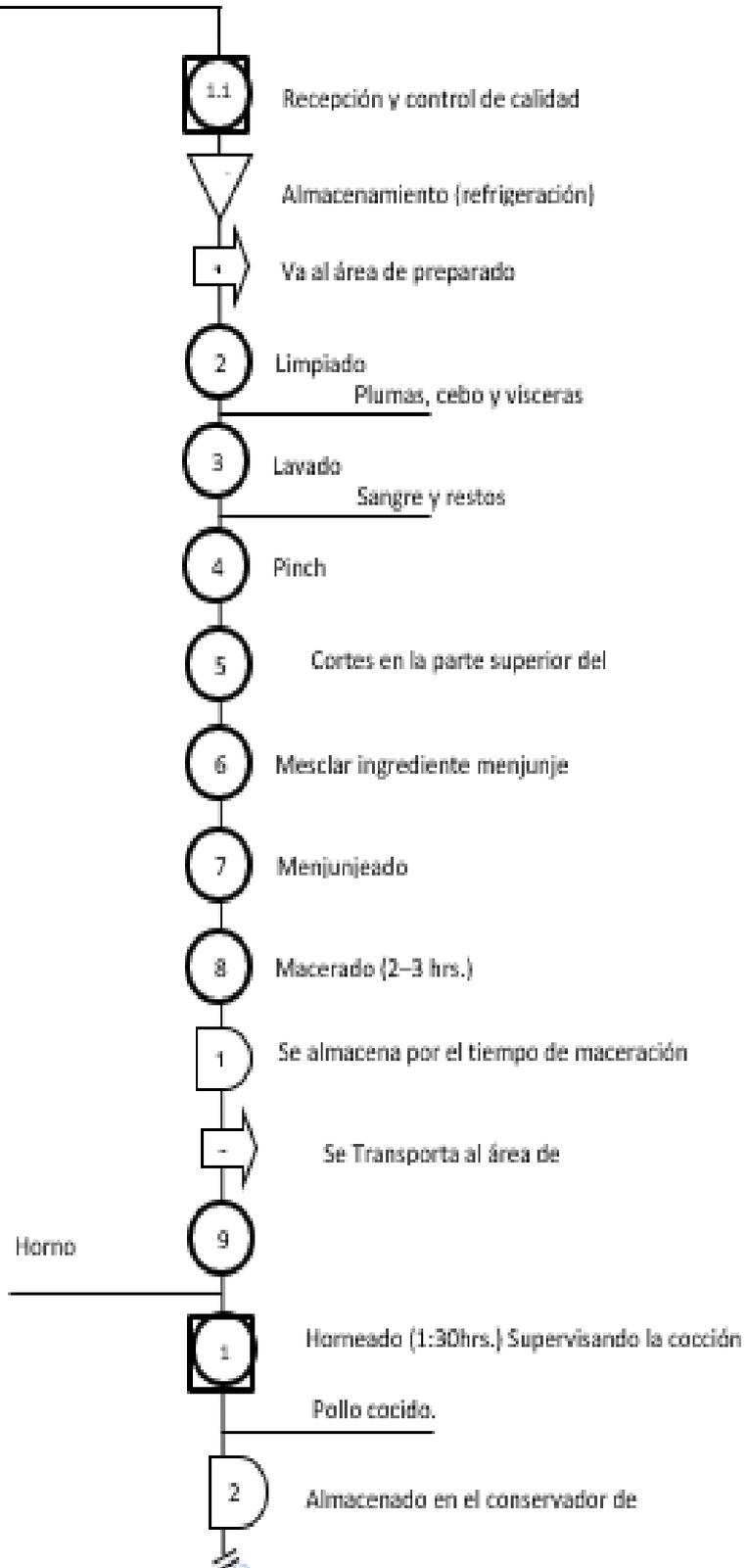


DIAGRAMA DE ANÁLISIS DEL PROCESO

POLLO (1.6-1.8 kg) sin menudencia



Mercado y Venta.

El mercado viene a ser el ámbito donde se realizará el intercambio comercial de bienes y servicios, en el caso de la pollería Los Gallitos el mercado que tiene presente es el de venta de pollo a la brasa.

Clientes Claves

Nuestros son trabajadores de la Empresa Minera Souther Perú y sus familias, trabajadores de Empresas Service.

Estrategia de Captación de Clientes

El Negocio Pollería Los Gallitos adopta la técnica del marketing relacional la cual pretende la captación de consumidores, realizar una diferenciación de acuerdo al tipo de mercado y finalmente lograr su fidelización.

Esta técnica tiene como propósito tener ventas mayores teniendo en cuenta fidedignas relaciones con el consumidor, Principalmente captar consumidores que sean rentables por medio de una óptima atención a su necesidad tomando como base a esta para producir, asimismo conseguir que las relaciones comerciales con estos duren más tiempo.

Se dice en distintas ocasiones que este MKT es una combinación tanto de MKT directo y las relaciones de forma pública.

Entonces para este instrumento que consideramos como estrategia, los clientes son lo más fundamental y único dentro del negocio y eso ellos lo deben sentir a través de la comunicación o interacción comerciales sean especializadas, personales o directas.

Finalmente, a fin de ejecutar esta herramienta lo primero que se debe hacer es analizar y organizar toda la información disponible, luego continua la implementación del software mediante el cual se

desarrollaran las estrategias que permitirán que se dé la fidelización de nuestros consumidores, y por medio de las ventas efectuar el feedback intenso y así conseguir la opinión y lo que los consumidores necesitan o desean para estar satisfechos.

PARA CAPTAR CLIENTES



Canales de Venta/Distribución.

Pollería Los Gallitos, cuenta con un canal directo (productor-consumidor): teniendo en cuenta que este es el canal más breve y simple para los bienes de consumo y no incluye intermediarios. El canal de distribución lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí que hacen llegar los productos y servicios a los consumidores y usuarios finales.

Estrategia de Precios.

Se determino fijar precios en función a la estructura de costos del Negocio, a los precios que tienen nuestra competencia ya que no es conveniente estar fuera del rango de precios que ellos manejan, en este caso, Sanguchería El Sabrosito, que vienen a ser nuestro competidor clave.

Nuestros precios se basan en función a un análisis de costos, proveedores, todo esto con la finalidad de poder trasladarle al cliente

un precio justo. Y dados los resultados de nuestro análisis, concluimos en lo siguiente:

- 1 pollo (papas, ensalada) S/. 48.00
- 1/4 pollo (papas, ensalada) S/. 12.00
- Parrilla Personal (papas, ensalada) S/. 18.00
- Anticucho S/. 9.00
- Salchipapas S/. 7.00

CAPITULO III: MÉTODO

3.1. Tipo de investigación.

El presente trabajo presenta un método de investigación cuantitativa descriptiva, ya que se tomará datos numéricos para hallar la rentabilidad de la pollería Los Gallitos, para tal caso se realizará un análisis se necesitará tanto el Estado de Resultados como el Balance General de la empresa.

3.2. Diseño de investigación.

Para el diseño de este estudio se ha considerado a la rentabilidad como variable única, para lo cual se ejecutará todo el análisis financiero puesto que es esencial para saber cómo le está yendo a dicha pollería.

3.3. Población y muestra.

Se opto como población a todos los registros de libros de logística, utilidades y costos de la pollería Los Gallitos, en el año 2021.

Con respecto a la muestra se tomó en cuenta lo mismo que se mencionó en la población, que son los registros logísticos, utilidades y costos de la pollería Los Gallitos, en el año 2021.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Variable	Técnica	Instrumento	Utilidad
Rentabilidad	Análisis documental	Documentos de gestión	Medición de la rentabilidad/gestión
	Observación	Documentos financieros	

3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Posterior a la recaudación de la información se procede al análisis de datos, para lo cual es necesario utilizar el Excel cuya herramienta ayudara con la obtención de gráficos y tablas donde se da a conocer de manera detallada y estructurada los datos recabados, ocasionando una data la cual será considerada en lo posterior como antecedente para estudios que se hagan en el futuro.

CAPITULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.

4.1. Presentación de resultados

El negocio Pollería Los Gallitos se localiza en el Centro Minero de Cuajone block cd nro.38A-1 Villa Botiflaca, en el Distrito de Torata, Departamento de Moquegua, Provincia de Mariscal Nieto



Tabla 1 Organigrama

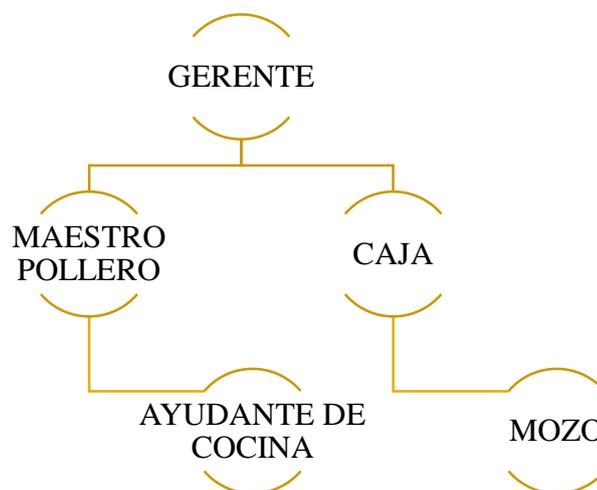


Tabla 2: Maquinaria y Equipos.

RUBRO	CANT	UND	Valor unitario	COSTO TOTAL
Maquinaria y equipo				S/.15,860.00
Horno pollero x 18und	1	UND	S/.2,500.00	S/.2,500.00
Freidora de papas	1	UND	S/.3,000.00	S/.3,000.00
Picadora de papas	1	UND	S/.80.00	S/.80.00
Conservadora de alimentos	1	UND	S/.2,500.00	S/.2,500.00
Horno microondas	1	UND	S/.350.00	S/.350.00
Horno parrillero	1	UND	S/.1,800.00	S/.1,800.00
Cocina de dos hornillas eléctrica	1	UND	S/.150.00	S/.150.00
Licuadaora	1	UND	S/.180.00	S/.180.00
TV 32"	2	UND	S/.1,300.00	S/.2,600.00
Refrigerador	1	UND	S/.2,700.00	S/.2,700.00
Muebles y enseres				S/.8,800.00
Mesas y sillas	15	UND	S/.180.00	S/.2,700.00
Mostrador	1	UND	S/.1,500.00	S/.1,500.00
Mesa de trabajo de acero inoxidable	1	UND	S/.1,500.00	S/.1,500.00
Estante de gaseosas	1	UND	S/.450.00	S/.450.00
Estante de táper	2	UND	S/.120.00	S/.240.00

Espejos	3	UND	S/.80.00	S/.240.00
Juego de bolsas para ensalada	1	UND	S/.60.00	S/.60.00
Juego de bolsas grandes	1	DOC	S/.120.00	S/.120.00
Tenedores	5	DOC	S/.24.00	S/.120.00
Cuchillos	5	DOC	S/.28.00	S/.140.00
Cuchillos parrilleros	5	DOC	S/.15.00	S/.75.00
Cucharillas	2	DOC	S/.15.00	S/.30.00
Cucharitas de rocoto	2	DOC	S/.6.00	S/.12.00
Vasos	10	DOC	S/.12.00	S/.120.00
Tazas de té	2	DOC	S/.20.00	S/.40.00
Platos cuadrados blanco	5	DOC	S/.60.00	S/.300.00
Platos Parrilleros	3	DOC	S/.70.00	S/.210.00
Platos Anticucheros	2	DOC	S/.24.00	S/.48.00
Platos para ensalada	5	DOC	S/.16.00	S/.80.00
Ajiceros	3	DOC	S/.10.00	S/.30.00
Utensilios de Cocina	1	UND	S/.35.00	S/.35.00
Envases de cremas	4	DOC	S/.15.00	S/.60.00
Juego de táper para preparado	1	JUEGO	S/.100.00	S/.100.00
Palitos anticucheros de acero	5	DOC	S/.80.00	S/.400.00
Extintor	1	UND	S/.120.00	S/.120.00
Botiquín	1	UND	S/.20.00	S/.20.00
Set de limpieza (Trapeador, recogedor, escobillón)	1	UND	S/.50.00	S/.50.00

Para la puesta en marcha de nuestro negocio se necesitó disponer de maquinaria y equipos, muebles, enseres y demás recursos físicos necesarios para un adecuado funcionamiento de la empresa, los cuales se detallarán a continuación:

Tabla 3: Análisis de Costos (Costo fijo, costos variables y Costo Directo, Costo Indirecto)

POLLO A LA BRASA	Cant	Und	Precio	Total
Pollo	1.8	k	7	S/.12.60
Papa	2	k	1.4	S/.2.80
Carbón	0.5	k	3	S/.1.50
Menjunje	0.1	g	7	S/.0.70
Ensalada (lechuga, tomate, pepinillo, Limón)	4	und	0.25	S/.1.00
Cremas (mayonesa, ketchup, Mostaza, Rocoto)	16	und	0.15	S/.2.40
Aceite	0.2	ml	5	S/.1.00
Táper	4	und	0.35	S/.1.40
Bolsas	4	und	0.05	S/.0.20
Tenedores	4	und	0.0625	S/.0.25
Costo de 1 pollo entero o 4/4				S/.23.85

PARRILLADA DE RES-POLLO-CHANCHO	Cant	Und	Precio	Total
Chanco - Res - Pollo	0.4	g	12.5	S/.5.00
Carbón	0.1	g	3	S/.0.30
Papa	0.3	g	1.4	S/.0.42
Chorizo	1	und	1.43	S/.1.43
Choclo	1	und	1	S/.1.00
Ensalada (lechuga, tomate, pepinillo, Limón)	1	und	0.25	S/.0.25
Cremas (mayonesa, ketchup, Mostaza, Rocoto)	4	und	0.15	S/.0.60
Menjunje	1	und	0.08	S/.0.08
Táper	1	und	0.35	S/.0.35
Bolsas + tenedor	1	und	0.1	S/.0.10
Plato a la Parrilla				S/.9.53

ANTICUCHO	Cant	Und	Precio	Total
02 Palitos de Anticucho	2	und	1.5	S/.3.00
Papa	0.1	k	1.4	S/.0.14
Rocoto	1	und	0.2	S/.0.20
Plato de Anticucho				S/.3.34

SALCHIPAPAS	Cant	Und	Precio	Total
Salchichas	0.1	g	18	S/.1.80

Papa	0.5	k	1.4	S/.0.70
Cremas	4	und	0.25	S/.1.00
Táper + bolsa + tenedor	1	und	0.35	S/.0.35
Plato de Salchipapa				S/.3.85

Evaluación Económica Financiera.

Tabla 4: Plan de Inversiones o Inversión Realizada

RUBRO	CANT	UND	Valor unitario	COSTO TOTAL	
ACTIVO FIJO					
A.					
TANGIBLES					
Terreno y/o infraestructura				S/.2,500.00	
Acondicionamiento del local	1	UND	S/.2,500.00	S/.2,500.00	
Maquinaria y equipo				S/.15,860.00	
Horno pollero x 18und	1	UND	S/.2,500.00	S/.2,500.00	
Freidora de papas	1	UND	S/.3,000.00	S/.3,000.00	
Picadora de papas	1	UND	S/.80.00	S/.80.00	
Conservadora alimentos	1	UND	S/.2,500.00	S/.2,500.00	
Horno fondas	1	UND	S/.350.00	S/.350.00	
Horno parrillero		1	UND	S/.1,800.00	S/.1,800.00
Cocina de dos hornillas eléctrica		1	UND	S/.150.00	S/.150.00
Licadora		1	UND	S/.180.00	S/.180.00
TV 32"		2	UND	S/.1,300.00	S/.2,600.00
Refrigerador		1	UND	S/.2,700.00	S/.2,700.00
Muebles y enseres				S/.8,800.00	
Mesas y sillas		15	UND	S/.180.00	S/.2,700.00
Mostrador		1	UND	S/.1,500.00	S/.1,500.00
Mesa de trabajo de acero inoxidable		1	UND	S/.1,500.00	S/.1,500.00

Estante de gaseosas	1	UND	S/.450.00	S/.450.00
Estante de táper	2	UND	S/.120.00	S/.240.00
Espejos	3	UND	S/.80.00	S/.240.00
Juego de bols para ensalada	1	UND	S/.60.00	S/.60.00
Juego de bols grandes	1	DOC	S/.120.00	S/.120.00
Tenedores	5	DOC	S/.24.00	S/.120.00
Cuchillos	5	DOC	S/.28.00	S/.140.00
Cuchillos parrilleros	5	DOC	S/.15.00	S/.75.00
Cucharillas	2	DOC	S/.15.00	S/.30.00
Cucharitas de rocoto	2	DOC	S/.6.00	S/.12.00
Vasos	10	DOC	S/.12.00	S/.120.00
Tazas de té	2	DOC	S/.20.00	S/.40.00
Platos cuadrados blanco	5	DOC	S/.60.00	S/.300.00
Platos Parrilleros	3	DOC	S/.70.00	S/.210.00
Platos Anticucheros	2	DOC	S/.24.00	S/.48.00
Platos para ensalada	5	DOC	S/.16.00	S/.80.00
Ajiceros	3	DOC	S/.10.00	S/.30.00
Utensilios de Cocina	1	UND	S/.35.00	S/.35.00
Envases de cremas	4	DOC	S/.15.00	S/.60.00
Juego de táper para preparado	1	JUEGO	S/.100.00	S/.100.00
Palitos anticucheros de acero	5	DOC	S/.80.00	S/.400.00
Extintor	1	UND	S/.120.00	S/.120.00
Botiquín	1	UND	S/.20.00	S/.20.00
Set de limpieza (Trapeador, recogedor, escobillón)	1	UND	S/.50.00	S/.50.00
Activos no duraderos				S/.150.00
Servilletas	1	pq x 6	S/.12.00	S/.12.00
Pabulo	12	unid	S/.1.00	S/.12.00
Bolsas para despacho	4	pqt	S/.15.00	S/.60.00
Limpieza (detergente, cloro, desinfectante, ayudin, esponjas)	1	pqt	S/.60.00	S/.60.00
Mondadientes	2	pq	S/.1.50	S/.3.00
Sorbetes	2	pq	S/.1.50	S/.3.00
TOTAL TANGIBLES				S/.27,310.00

B. INTANGIBLES			S/.998.00
Lic. Funcionamiento	1		S/.180.00
SUNAT	1		S/.0.00
Comprobantes de pago	1		S/.100.00
Separación de nombre Comercial	1		S/.18.00
Defensa Civil	1		S/.200.00
Otros	1		S/.500.00
TOTAL INTANGIBLES			S/.998.00
TOTAL ACTIVO FIJO			S/.28,308.00

II CAPITAL DE TRABAJO

POLLO A LA BRASA			S/.4,952.70
Pollo	112	und	S/.12.60
Papa	112	und	S/.2.80
Carbón	450	und	S/.1.50
Menjunje	112	und	S/.0.70
Ensalada (lechuga, tomate, pepinillo, Limón)	112	und	S/.1.00
Cremas (mayonesa, ketchup, Mostaza, Rocoto)	450	und	S/.2.40
Aceite	450	und	S/.1.00
Táper	450	und	S/.1.40
Bolsas	450	und	S/.0.20
Tenedores	450	und	S/.0.25
PARRILLADA DE RES-POLLO-CHANCHO			S/.814.80
Chanco - Res - Pollo	60	und	S/.5.00
Carbón	240	und	S/.0.30
Papa	60	und	S/.0.42
Chorizo	60	und	S/.1.43
Choclo	60	und	S/.1.00
Ensalada (lechuga, tomate, pepinillo, Limón)	60	und	S/.0.25

Cremas (mayonesa, ketchup, Mostaza, Rocoto)	240	und	S/.0.60	S/.144.00
Menjunje	60	und	S/.0.08	S/.4.80
Táper	240	und	S/.0.35	S/.84.00
Bolsas + tenedor	240	und	S/.0.10	S/.24.00
ANTICUCHO				S/.83.50
02 palitos de Anticucho	25	und	S/.3.00	S/.75.00
Papa	25	und	S/.0.14	S/.3.50
Rocoto	25	und	S/.0.20	S/.5.00
<u>SALCHIPAPAS</u>				<u>S/.237.00</u>
Salchichas	30	und	S/.1.80	S/.54.00
Papa	30	und	S/.0.70	S/.21.00
Cremas	120	und	S/.1.00	S/.120.00
Táper	120	und	S/.0.35	S/.42.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO				S/. 6,088.00
TOTAL COSTOS				S/. 34,396.00

Tabla 5: Flujo de Ventas.

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
PRODUCTOS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
POLLO A LA BRASA	340	336	420	425	410	400	450	415	390	380	410	520	
CARNES A LA PARRILLA	135	120	140	130	135	150	230	135	150	120	120	230	
ANTICUCHOS	90	85	98	95	92	100	96	92	80	85	90	150	
SALCHIPAPA	150	110	160	130	100	160	160	150	130	145	160	160	
PRODUCTOS	PRECIO	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
POLLO A LA BRASA	S/. 44.00	S/. 14,960.00	S/. 14,784.00	S/. 18,480.00	S/. 18,700.00	S/. 18,040.00	S/. 17,600.00	S/. 19,800.00	S/. 18,260.00	S/. 17,160.00	S/. 16,720.00	S/. 18,040.00	S/. 22,880.00
CARNES A LA PARRILLA	S/. 16.00	S/. 2,160.00	S/. 1,920.00	S/. 2,240.00	S/. 2,080.00	S/. 2,160.00	S/. 2,400.00	S/. 3,680.00	S/. 2,160.00	S/. 2,400.00	S/. 1,920.00	S/. 1,920.00	S/. 3,680.00
ANTICUCHOS	S/. 7.00	S/. 630.00	S/. 595.00	S/. 686.00	S/. 665.00	S/. 644.00	S/. 700.00	S/. 672.00	S/. 644.00	S/. 560.00	S/. 595.00	S/. 630.00	S/. 1,050.00
SALCHIPAPA	S/. 6.00	S/. 900.00	S/. 660.00	S/. 960.00	S/. 780.00	S/. 600.00	S/. 960.00	S/. 960.00	S/. 900.00	S/. 780.00	S/. 870.00	S/. 960.00	S/. 960.00
TOTAL VENTAS		S/. 18,650.00	S/. 17,959.00	S/. 22,366.00	S/. 22,225.00	S/. 21,444.00	S/. 21,660.00	S/. 25,112.00	S/. 21,964.00	S/. 20,900.00	S/. 20,105.00	S/. 21,550.00	S/. 28,570.00

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	TOTAL
330	335	450	750	550	480	460	450	430	440	490	735	10796
120	110	160	260	230	230	240	220	225	215	220	250	4275
90	95	120	180	135	110	145	115	110	100	135	130	2618
105	95	160	180	140	130	135	135	125	86	160	130	3296

Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	TOTAL
--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	-------

S/.												
15,840.00	16,080.00	21,600.00	36,000.00	26,400.00	23,040.00	22,080.00	21,600.00	20,640.00	21,120.00	23,520.00	35,280.00	498,624.00

S/.												
2,040.00	1,870.00	2,720.00	4,420.00	3,910.00	3,910.00	4,080.00	3,740.00	3,825.00	3,655.00	3,740.00	4,250.00	70,880.00

S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
720.00	760.00	960.00	1,440.00	1,080.00	880.00	1,160.00	920.00	880.00	800.00	1,080.00	1,040.00	19,791.00

S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
735.00	665.00	1,120.00	1,260.00	980.00	910.00	945.00	945.00	875.00	602.00	1,120.00	910.00	21,357.00

S/.												
19,335.00	19,375.00	26,400.00	43,120.00	32,370.00	28,740.00	28,265.00	27,205.00	26,220.00	26,177.00	29,460.00	41,480.00	610,652.00

Tabla 6: Plan de Financiamiento.

FUENTE	DESTINO			
	INVERSION FIJA	CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL	%
APORTE PROPIO	S/. 28,308.00	S/. 0.00	S/. 28,308.00	82%
PRESTAMO	S/. 0.00	S/. 6,088.00	S/. 6,088.00	18%
TOTAL	S/. 28,308.00	S/. 6,088.00	S/. 34,396.00	100%

PRESTAMO	
MONTO	6088.00
TEA	12
PLAZO	12.00
SEG DESG	0.638
TEM	0.95
TEM SEG DES	0.053
TEM TOTAL	0.01002
CUOTA	540.98

MES	SALDO	AMORT.	INTERES	CUOTA
0	6088.00	0.00	0.00	540.98
1	5608.02	479.98	61.00	540.98
2	5123.23	484.79	56.19	540.98
3	4633.58	489.65	51.33	540.98
4	4139.03	494.55	46.42	540.98
5	3639.52	499.51	41.47	540.98
6	3135.01	504.51	36.46	540.98
7	2625.44	509.57	31.41	540.98
8	2110.77	514.67	26.30	540.98
9	1590.94	519.83	21.15	540.98
10	1065.91	525.04	15.94	540.98
11	535.61	530.30	10.68	540.98
12	0.00	535.61	5.37	540.98

Tabla 7: Indicadores Financieros.

1.1.1. VANE, VANF, TIR y TIRE

TIRF	16%
VANF	S/. 38,540
TIR	15%
VAN	S/. 41,532.52

Tabla 8: Punto de Equilibrio.

PRODUCTO	PRECIO DE VENTA	UNIDADES VENDIDAS	COSTO VARIABLE INDIVIDUAL	PONDERACION	COSTO FIJO	PRECIO VENTA PONDERADO	COSTO VARIABLE PONDERADO	MARGEN DE CONTRIBUCION	PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL	PUNTO DE EQUILIBRIO PONDERADO
POLLO A LA BRASA	S/. 48.00	735.00	S/. 26.02	59%	S/. 2,495.73	S/. 28.34	S/. 15.36	S/. 12.98	169.67	100.17
PARRILLADAS (RES - POLLO - CHANCHO)	S/. 18.00	250.00	S/. 11.70	20%		S/. 3.61	S/. 2.35	S/. 1.27		34.07
ANTICUCHO	S/. 9.00	130.00	S/. 5.51	10%		S/. 0.94	S/. 0.58	S/. 0.36		17.72
SALCHIPAPA	S/. 7.00	130.00	S/. 6.02	10%		S/. 0.73	S/. 0.63	S/. 0.10		17.72
FUENTE: ELABORACION PROPIA		1245.00		100%		S/. 33.62	S/. 18.91	S/. 14.71		

COSTES FIJOS	S/. 2,495.73
COSTES VARIABLES UNITARIOS PONDERADO	S/. 18.91
PRECIO UNITARIO PONDERADO	S/. 33.62
UMBRAL DE RENTABILIDAD PONDERADA UNID	169.67

UNIDADES	COSTES FIJOS	COSTES VARIABLES	COSTES TOTALES	COSTES MEDIOS	INGRESOS	BENEFICIOS
0	2495.73	0.00	2495.73	0.00	0.00	2495.73
17	2495.73	320.90	2816.63	166.01	570.47	2246.15
34	2495.73	641.80	3137.53	92.46	1140.95	1996.58
51	2495.73	962.70	3458.43	67.94	1711.42	1747.01
68	2495.73	1283.60	3779.33	55.69	2281.89	1497.44
85	2495.73	1604.50	4100.23	48.33	2852.37	1247.86
102	2495.73	1925.41	4421.13	43.43	3422.84	998.29
119	2495.73	2246.31	4742.03	39.93	3993.31	748.72
136	2495.73	2567.21	5062.93	37.30	4563.79	499.15
153	2495.73	2888.11	5383.83	35.26	5134.26	249.57
170	2495.73	3209.01	5704.73	33.62	5704.73	0.00
187	2495.73	3529.91	6025.64	32.29	6275.21	249.57
204	2495.73	3850.81	6346.54	31.17	6845.68	499.15
221	2495.73	4171.71	6667.44	30.23	7416.16	748.72
238	2495.73	4492.61	6988.34	29.42	7986.63	998.29

Tengo que vender 170 unidades para no ganar ni perder y cubrir mis gastos operativos.

1.1.2. COSTO BENEFICIO.

El beneficio costo es positivo ya que el beneficio es de 1.27, por cada sol invertido tengo 0.27 centavos a favor.

MESES	INGRESOS	COSTOS	0.012	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
0		S/. 34,396.00	1.0000	S/. 0.0000	S/. 34,396.00
1	S/. 18,650.00	S/. 15,979.63	0.9881	S/. 18,428.85	S/. 15,790.14
2	S/. 17,959.00	S/. 14,740.58	0.9764	S/. 17,535.6200	S/. 14,393.07
3	S/. 22,366.00	S/. 17,170.50	0.9648	S/. 21,579.7686	S/. 16,566.90
4	S/. 22,225.00	S/. 17,068.93	0.9534	S/. 21,189.4517	S/. 16,273.62
5	S/. 21,444.00	S/. 16,633.31	0.9421	S/. 20,202.4126	S/. 15,670.25
6	S/. 21,660.00	S/. 16,795.48	0.9309	S/. 20,163.94	S/. 15,635.41
7	S/. 25,112.00	S/. 18,737.02	0.9199	S/. 23,100.3051	S/. 17,236.01
8	S/. 21,964.00	S/. 16,945.06	0.9090	S/. 19,964.9090	S/. 15,402.77
9	S/. 20,900.00	S/. 16,374.68	0.8982	S/. 18,772.4810	S/. 14,707.81
10	S/. 20,105.00	S/. 15,924.73	0.8876	S/. 17,844.2768	S/. 14,134.06
11	S/. 21,550.00	S/. 16,714.68	0.8770	S/. 18,899.9927	S/. 14,659.27
12	S/. 28,570.00	S/. 20,586.88	0.8666	S/. 24,759.6266	S/. 17,841.21
13	S/. 19,335.00	S/. 14,053.95	0.8564	S/. 16,557.6048	S/. 12,035.16
14	S/. 19,375.00	S/. 14,056.10	0.8462	S/. 16,395.1176	S/. 11,894.27
15	S/. 26,400.00	S/. 17,609.10	0.8362	S/. 22,074.7726	S/. 14,724.12
16	S/. 43,120.00	S/. 25,994.50	0.8263	S/. 35,627.9269	S/. 21,477.97
17	S/. 32,370.00	S/. 20,634.30	0.8165	S/. 26,428.5896	S/. 16,846.94
18	S/. 28,740.00	S/. 18,842.80	0.8068	S/. 23,186.6250	S/. 15,201.84
19	S/. 28,265.00	S/. 18,597.25	0.7972	S/. 22,533.0122	S/. 14,825.83
20	S/. 27,205.00	S/. 18,067.95	0.7878	S/. 21,430.8048	S/. 14,233.07
21	S/. 26,220.00	S/. 17,583.40	0.7784	S/. 20,409.9492	S/. 13,687.12
22	S/. 26,177.00	S/. 17,543.05	0.7692	S/. 20,134.8592	S/. 13,493.79
23	S/. 29,460.00	S/. 19,185.00	0.7601	S/. 22,391.3849	S/. 14,581.76
24	S/. 41,480.00	S/. 25,181.95	0.7510	S/. 31,153.4715	S/. 18,912.85
				S/. 520,765.7553	S/. 404,621.26
				B/C	S/. 1.29

4.2. Contrastación de hipótesis

H1: se genera rentabilidad en Pollería Los Gallitos en el Centro Minero De Cuajone, en el año 2021.

H0: no se genera rentabilidad en Pollería Los Gallitos en el Centro Minero De Cuajone, en el año 2021.

Tabla 9: Ratios Financieros.

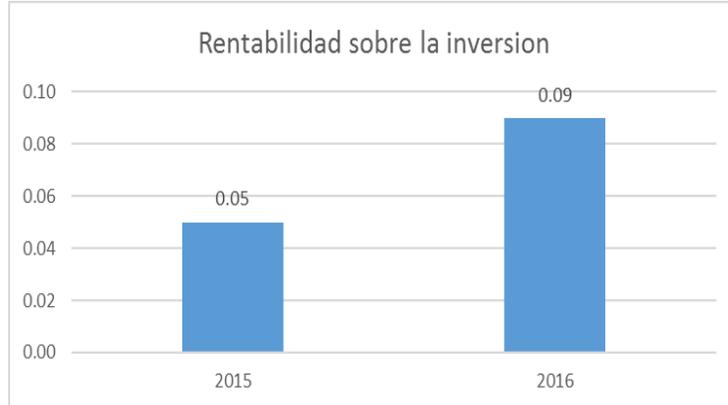
Los ratios financieros son instrumentos por el cual se va analizar e interpretar los Estados Financieros de la empresa Pollería Los Gallitos, en el 2021 por lo tanto, con los ratios financieros se pretende demostrar las hipótesis y evaluar la situación económica y financiera de la empresa.

RATIOS DE RENTABILIDAD	2021	2022
Rentabilidad sobre la inversión	0.07	0.15
Rentabilidad sobre el patrimonio	0.38	0.59
Rentabilidad sobre ventas	0.17	0.30
Margen comercial	0.31	0.39

- **Rentabilidad sobre la inversión**

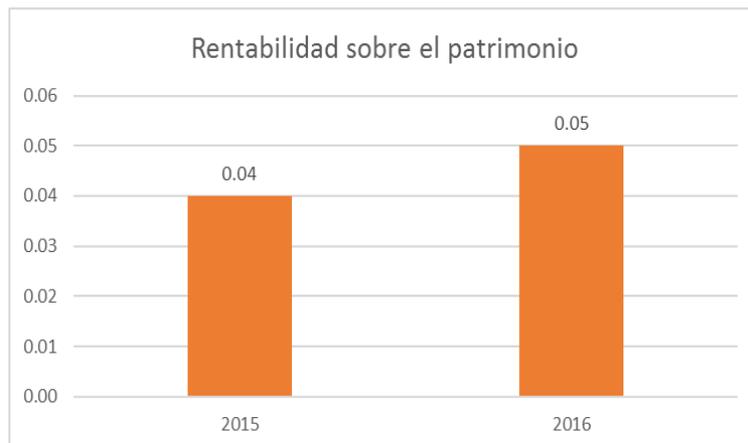
En el presente año, según este ratio el 5% representa el retorno de la inversión, que indica que por cada sol invertido genero 0.05 soles de utilidad neta, pero para el próximo año, fue de un 9% que indica que por cada sol invertido genero 0.09 se demuestra una buena eficiencia en el uso de los

activos para generar ganancias, con un ligero aumento respecto al año anterior.



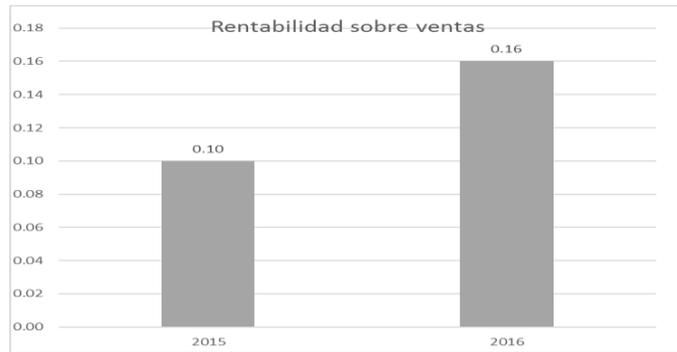
- **Rentabilidad sobre el Patrimonio**

Como vemos, para el presente año, según este ratio el 4% representa el rendimiento sobre el patrimonio, es decir que por cada sol que el accionista mantiene obtuvo un rendimiento de S/ 0.04, para el siguiente año, según este ratio el 5% representa el rendimiento sobre el patrimonio, es decir que por cada sol que mantiene el dueño o accionista genero un rendimiento de S/ 0.05 con un ligero aumento respecto al año anterior.



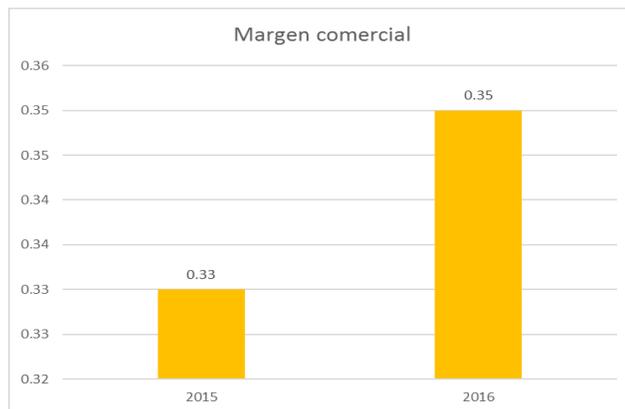
- **Rentabilidad sobre Ventas**

Al haber vendido en el periodo estudiado se obtuvo una ganancia del 10%, del total de ventas netas en el periodo quedo una utilidad neta del 10%. Es decir, que por cada sol vendido hemos obtenido como utilidad 0.10 pero para el próximo año aumentará a 0.16 se obtuvo una ganancia el 16% del total de las ventas netas.



- **Margen Comercial**

Según este ratio nos indica que el 33% de los ingresos podrán cubrir los costos operativos del año 2021. Para el año 2022, este ratio nos indica que el 35% de los ingresos podrán cubrir los costos operativos.



4.3. Discusión de resultados

El estudio realizado de la data obtenida sobre la variable rentabilidad para la Pollería El Gallito, es de suma importancia, pues la empresa si bien es cierto no está mal económicamente podría estar mucho mejor y maximizar sus utilidades y optimizar sus recursos.

Acorde con Sánchez (2002), es considerada como una medida que está relacionada a un periodo determinado, del desempeño de los activos de la organización muy independientemente de su financiamiento.

Luego de hacer el análisis al Estado Financiero, resulta que el VAN tiene un valor mayor a 0; ello quiere decir que los beneficios generales superan a sus costos, otro lado el TIR de este negocio es de 5%; por lo tanto, es un negocio rentable la Pollería Los Gallitos.

Los resultados de nuestro estudio no muestran coincidencia puesto que en caso de la Pollería si se realiza una gestión financiera adecuada por tal razón tiene una rentabilidad positiva en cambio Moyolema (2011) menciona que la GF es inadecuada dentro del negocio en relación con su rentabilidad, ello ha dificultado para que esta empresa tenga crecimiento, quizá por distintas razones una inadecuada administración de las finanzas, atrasados estados financieros, carencia de capacitación, no contar con asesoría técnica por parte de un profesional, inconvenientes que se han venido presentado tiempo atrás. Pero para resarcir dichos problemas se puede rescatar la implementación de un plan financiero el cual coopere con la solución de impedimentos que se presentan, apoyando a la regularización de ingresos y gastos para que se mantenga un equilibrio a favor de la empresa.

La inversión tiene que ver con el empleo de recursos financieros para la mejora, ampliación, renovación o creación de la capacidad operativa de una

compañía determinada. En nuestro de la Pollería Los Gallitos, es equivalente a S/. 6,088.00, de los cuales un 82% es proveniente del capital propio y es resto que corresponde al 18% es un préstamo.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Primera: Luego de hacer el análisis al Estado Financiero, resulta que el ratio de rentabilidad arroja porcentajes de incremento de un año con el otro, aceptándose así la hipótesis alterna, además de ver que el VAN tiene un valor mayor a 0; ello quiere decir que los beneficios generales superan a sus costos, otro lado el TIR de este negocio es de 5%; por lo tanto, es un negocio rentable la Pollería Los Gallitos.

Segunda: La inversión de la Pollería Los Gallitos, en el año 2021 ascendió al monto de S/. 34,396.00 de los cuales un 82% provienen del capital propio equivalente a S/.28,308.00 y un 18% por financiamiento, equivalente a S/. 6,088.00.

Tercera: El patrimonio tiene relevancia en la rentabilidad de la Pollería Los Gallitos, en el año 2021. Según el resultado obtenido que es de 4% lo cual representa el rendimiento sobre el patrimonio, es decir que por cada sol que el accionista mantiene obtuvo un rendimiento de S/ 0.04.

Cuarta: Las ventas netas influyen moderadamente en la rentabilidad de la Pollería Los Gallitos, en el año 2021. se obtuvo una ganancia del

10%, del total de ventas netas en el periodo lo que significa que quedo una utilidad neta del 10%.

Quinta: De acuerdo a los resultados el margen comercial incide de manera positiva puesto que el 33% de los ingresos podrán cubrir los costos operativos del año 2021.

5.2. **Recomendaciones**

Primera: A la Pollería Los Gallitos recomendarle que de forma recurrente realice un análisis profundo y preciso de los Estados Financieros, con la finalidad de conocer su situación financiera y económica, así lograr tomar las mejores decisiones cuando ocurra alguna incertidumbre, proponiendo buenas estrategias que ayuden a su incremento de la rentabilidad y ganancias.

Segunda: Al gerente de la Pollería Los Gallitos que proponga alternativas y estrategias las cuales cooperen con la optimización de los recursos que requiere el negocio a fin de que originen un mayor beneficio, reduzcan los gastos y costos, asimismo poner en marcha nuevos procesos y políticas que den facilidades a la operación de venta.

Tercera: Se considera fundamental tomar en cuenta la competencia por eso se debe buscar nuevas formas de llegar a los clientes ya que debido al incremento de este mercado podrían aparecer nuevos competidores y debemos ser competitivos para tener una parte favorable del mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Bentacourt, G., Vergara, M. y Ramírez, J. (2012). Estudio sobre el desempeño de las empresas familiares colombianas que cotizan en la bolsa de valores, frente a las empresas no familiares. *Entramado*, 8(1), 28– 42.
- Caballero Montañez, R. W. (2012). El estado de pérdidas y ganancias por naturaleza reestructurado orientado a la toma de decisiones en las Empresas Privadas del Perú.
- De Jaime Eslava, J. (2010). Las claves del análisis económico - financiero de la empresa. Madrid, España: ESIC EDITORIA.
- Díaz Guerrero, C. O. Caracterización de capacitación y rentabilidad de las MYPE rubro restaurantes de la urb. Angamos de la ciudad de Piura, año 2016.
- Guajardo, G. (2002). Contabilidad financiera. Editorial Mc Graw Hill: México.
- Gitman y Zutter. (2012). Principios de Administración Financiera. Recuperado de: <https://www.studocu.com/es/document/universidad-diego-portales/recursos-humanos/soluciones-de-libro/principios-de-administracion-financiera-12edigitman/1538704/view>
- Hoz Suarez, B. D., Ferrer, M. A., & Hoz Suarez, A. D. (2008). Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma de decisiones financieras en hoteles de categoría. Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.
- Moyolema Muyulema, M. H. (2011). La Gestión Financiera y su impacto en la Rentabilidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Kuriñan de la Ciudad de Ambato año 2010. Tesis, Universidad Técnica de Ambato, Ambato.

- Perú contable (19 de octubre, 2017). Ratios Financieros: Rentabilidad, recuperado de <https://www.percucontable.com/empresa/ratios-financieros-la-rentabilidad/>
- Rayburn, L. G. (1999). Contabilidad y administración de costos (No. 657.42 R3). McGraw-Hill.
- Rosillón, A. (2009). Análisis financiero: Una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(48), 606–628
- Westreicher, G. (26 de marzo de 2018). Financiación o Financiamiento. Recuperado el 27 de abril de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/financiacion-o-financiamiento.html>
- Zamora Torres, A. I. (2008). Rentabilidad y ventaja comparativa: un análisis de los sistemas de producción de Guayaba en el Estado de Michoacán.
- Zeballos, e. (2011). Contabilidad General (Novena ed.). Arequipa, Perú: Ediciones ERLY.