



UNIVERSIDAD NACIONAL DE BARRANCA
Facultad de Ciencias Jurídicas, Contables y Financieras
Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas

TESIS

**GESTIÓN COMERCIAL Y SU RELACIÓN CON LOS RESULTADOS
ECONÓMICOS DE LA EMPRESA GRUPO AGRO BUEN
SEMBRADOR S.A.C., BARRANCA 2021 – 2023**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE CONTADOR PÚBLICO**

PRESENTADO POR:

CERNA TORRES, JHON RICHARD
MEJIA HUERTA, ARNOLD FRANK

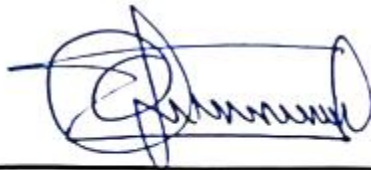
BARRANCA - PERÚ

2024

CONTRA CARATULA



Dr. Cesar Jesus Peña Oxolón
Presidente



Mg. Oswaldo Indalecio Silva Zapata
Miembro



Mg. Roger Dino Matias Sanchez
Miembro



Mg. Nil Edinson Mendoza Virhuez
Asesor

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE BARRANCA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS CONTABLES Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS
Av. Toribio de Luzuriaga N° 376 Mz. J – La Florida - Barranca - Lima



Barranca, 12 de diciembre de 2024

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE INFORME DE TESIS

Los integrantes del Jurado Evaluador:

Presidente : Dr. Cesar Jesus Peña Oxolón
Miembro : Mg. Oswaldo Indalecio Silva Zapata
Miembro : Mg. Roger Dino Matias Sanchez
Asesor : Mg. Nil Edinson Mendoza Virhuez

Se reúnen para evaluar la sustentación de tesis titulada:

"GESTIÓN COMERCIAL Y SU RELACIÓN CON LOS RESULTADOS ECONÓMICOS DE LA EMPRESA GRUPO AGRO BUEN SEMBRADOR S.A.C., BARRANCA 2021 – 2023"

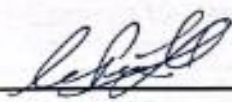
Presentado por los graduados:

- JHON RICHARD CERNA TORRES
 - ARNOLD FRANK MEJIA HUERTA
- Para optar el Título Profesional de **CONTADOR PÚBLICO**

Luego de haber evaluado la sustentación de tesis, concluye de manera unánime () por mayoría simple () calificar a:

Apellidos y Nombres: - JHON RICHARD CERNA TORRES - ARNOLD FRANK MEJIA HUERTA			Nota: 14 <i>Cinco</i>	
Sobresaliente ()	Muy bueno ()	Buena (<input checked="" type="checkbox"/>)	Regular ()	Desaprobado ()

Los miembros del Jurado Evaluador firman en señal de conformidad



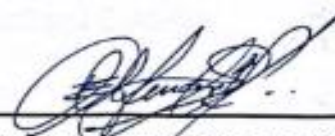
Dr. Cesar Jesus Peña Oxolón
Presidente



Mg. Oswaldo Indalecio Silva Zapata
Miembro

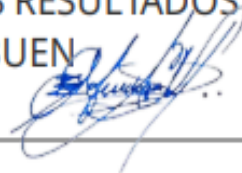


Mg. Roger Dino Matias Sanchez
Miembro



Mg. Nil Edinson Mendoza Virhuez
Asesor

GESTIÓN COMERCIAL Y SU RELACIÓN CON LOS RESULTADOS ECONÓMICOS DE LA EMPRESA GRUPO AGRO BUEN SEMBRADOR S.A.C., BARRANCA 2021 – 2023



INFORME DE ORIGINALIDAD

13%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
2	repositorio.unab.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1%
6	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	<1%
7	1library.co Fuente de Internet	<1%
8	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru	<1%

DEDICATORIA

A Dios, por darnos sabiduría y protección durante todo este tiempo para poder culminar este trabajo de investigación.

A nuestras familias, que siempre están apoyándonos incondicionalmente para el logro de nuestras metas.

Y por último, a todos aquellos que siempre creyeron en nosotros y nos alentaron a cada día luchar por lograr nuestros objetivos.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por otorgarnos salud y fortaleza para seguir adelante y desarrollarnos en el ámbito laboral.

A nuestros padres y hermanos, por el esfuerzo y confianza que tuvieron para con nosotros.

A nuestro asesor el Mg. Nil Edinson Mendez Virhuez por todo el tiempo, dedicación y apoyo profesional dedicado para sacar adelante este trabajo.

Por último y no menos importante, a la Universidad Nacional de Barranca y todos los docentes de la facultad de Facultad de Ciencias Jurídicas, Contables y Financieras quienes nos brindaron sus conocimientos para poder desarrollarnos profesionalmente.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **CERNATORRES JHON RICHARD** identificado con DNI N° 48741867 y **MEJIA HUERTA ARNOLD FRANK** con DNI N° 70400472, bachilleres de la Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas de la Universidad Nacional de Barranca, autores de la tesis titulada:

“GESTIÓN COMERCIAL Y SU RELACIÓN CON LOS RESULTADOS ECONÓMICOS DE LA EMPRESA GRUPO AGRO BUEN SEMBRADOR S.A.C., BARRANCA 2021 – 2023”

Este trabajo de investigación es presentado para optar el título profesional de Contador Público, declaramos lo siguiente:

- Que la presente tesis “es de nuestra autoría, siendo toda la documentación veraz y legítima, por lo que los datos expuestos en los resultados son fidedignos, no se han falsificado, menos se ha duplicado o plagiado.
- Cada una de las fuentes utilizadas en la investigación fueron mencionadas realizando una correcta identificación de cada cita textual o de paráfrasis precedentes de otras fuentes con base en lo definido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- En caso de identificar plagio, o algún tipo de irregularidades mencionadas anteriormente, asumiremos las consecuencias de nuestros actos, según las reglas establecidas por la Universidad Nacional de Barranca.

Barranca, 31 de agosto del 2024

Cerna Torres, Jhon Richard

DNI: 48741867

Mejia Huerta, Frank Arnold

DNI: 70400472

INDICE

CONTRA CARÁTULA.....	ii
ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	iii
REPORTE DE TURNITIN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	vii
ÍNDICE.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
I. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
1.1. Título del proyecto.....	1
1.2. Autores.....	1
1.3. Asesor	1
1.4. Tipo de investigación.....	1
1.5. Nivel de investigación.....	1
1.6. Programa y línea de investigación	1
1.7. Duración del proyecto.....	1
1.8. Localización del proyecto.....	1
II. RESUMEN	2
ABSTRACT	3
III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
3.1. Situación del problema.....	4
3.2. Formulación del problema	6
IV. JUSTIFICACIÓN.....	7
V. ANTECEDENTES Y/O ESTADO DEL ARTE.....	8
5.1. Antecedentes.....	8
5.2. Bases teóricas.....	12
VI. HIPÓTESIS Y VARIABLE DE ESTUDIO.....	20
6.1. Hipótesis	20

6.2. Variable de estudio.....	21
6.3. Operacionalización de variables.....	21
VII. OBJETIVOS	22
7.1. Objetivo General.....	22
7.2. Objetivos Específicos	22
VIII. METODOLOGÍA.....	23
IX. CONSIDERACIONES ÉTICAS.....	26
X. RESULTADOS Y DISCUSIONES.....	27
XI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	34
XII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	36
XIII. ANEXOS	46

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Número de trabajadores por área de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador SAC.....	24
Tabla 2. Relación significativa de la gestión comercial y los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023.....	28
Tabla 3. Relación significativa de la gestión comercial y la rentabilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023.	29
Tabla 4. Relación significativa de la gestión comercial y las utilidades de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023.....	30
Tabla 5. Relación significativa de la gestión comercial y la solvencia de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023.....	31

I. INFORMACIÓN GENERAL

I.1. Título del proyecto

“Gestión comercial y su relación con los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023”

I.2. Autores

Cerna Torres, Jhon Richard

Mejía Huerta, Arnold Frank

I.3. Asesor

Mendoza Virhuez, Nil Edinson

I.4. Tipo de investigación

Tipo : Aplicada

Diseño: No Experimental

I.5. Programa y línea de investigación vigente

Línea de Investigación: Finanzas y sus aplicaciones.

Área: Ciencias Sociales.

I.6. Duración del proyecto

Fecha de inicio : Marzo del 2024

Fecha de término : Agosto del 2024

I.7. Localización del proyecto

Distrito : Barranca

Provincia : Barranca

Departamento : Lima

II. RESUMEN

La presente investigación que lleva por título “Gestión comercial y su relación con los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023”, se elaboró acorde a las normas y procedimientos de la directiva, establecidas por la universidad. La problemática de esta investigación es que no se conoce científicamente la repercusión que tiene una ineficiente gestión comercial en el crecimiento económico y competitividad de las organizaciones en el mundo. En este sentido, la investigación tiene por objetivo determinar si existe relación entre la gestión comercial y los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador SAC del distrito de Barranca, provincia de Barranca 2021 – 2023.

La investigación que se plantea es mediante un enfoque mixto, combinando e integrando la investigación cuantitativa y cualitativa, es de modelo aplicado, de nivel descriptivo correlacional y de diseño no experimental, debido a que se describirá y analizará cada una de las variables en específico (Gestión Comercial y Resultados Económicos). Asimismo, la muestra estuvo conformada por la totalidad de la población (33 empleados relacionados al área comercial).

Los métodos de recolección de datos que se emplearon son las encuestas y teniendo por instrumento al cuestionario, los cuales fueron validados y sometidos a juicios de expertos para obtener información y/o datos necesarios para poder demostrar el nivel de relación que existe entre la gestión comercial y los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S. A. C., Barranca 2021-2023. Tras realizar el análisis estadístico con la prueba Rho de Spearman a un 95% de confianza, siendo que el valor p-valor es menor al 0.05 (nivel de significancia), además el valor del coeficiente es positivo, lo cual evidencia que existe relación entre la gestión comercial y los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023. Esto indica que a medida que la gestión comercial sea eficiente, los resultados económicos tienden a incrementarse

Palabras claves: Gestión comercial, Resultados económicos, Empresas.

ABSTRACT

This research, titled "Commercial management and its relationship with the economic results of the company Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023", was prepared according to the rules and procedures of the directive, established by the university. The problem with this research is that the impact that inefficient commercial management has on the economic growth and competitiveness of organizations in the world is not scientifically known. In this sense, the objective of the investigation is to determine if there is a relationship between commercial management and the economic results of the company Grupo Agro Buen Sembrador SAC in the district of Barranca, province of Barranca 2021 - 2023.

The research proposed is through a mixed approach, combining and integrating quantitative and qualitative research, it is an applied model, a descriptive correlational level and a non-experimental design, because each of the variables will be described and analyzed specifically (Commercial Management and Economic Results). Likewise, the sample was made up of the entire population (33 employees related to the commercial area).

The data collection methods used are surveys and having the questionnaire as an instrument, which were validated and subjected to expert judgments to obtain information and/or data necessary to demonstrate the level of relationship that exists between commercial management and the economic results of the company Grupo Agro Buen Sembrador S. A. C., Barranca 2021-2023. After performing the statistical analysis with Spearman's Rho test at 95% confidence, the p-value is less than 0.05 (level of significance), and the coefficient value is positive, which shows that there is a relationship between the commercial management and economic results of the company Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023. This indicates that as commercial management is efficient, economic results tend to increase.

Keywords: Commercial management, Economic results, Companies.

III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.1. Situación del problema

Actualmente, las empresas en el mundo cuentan con la necesidad de implementar actividades y estrategias de gestión comercial, que optimicen la promoción y comercio de sus productos y/o servicios que ofrecen. La ineficiente gestión comercial es uno de los principales motivos de inestabilidad económica, baja rentabilidad y falta de competitividad de la empresa en el mercado, combinado de una incorrecta planificación, gestión ineficiente del negocio y de procesos de ventas inoperantes.

Desde un análisis internacional, la gestión comercial es considerada para las empresas como parte importante para la existencia y crecimiento de la misma. Sin embargo, en un mundo globalizado deben además adaptarse a los nuevos avances tecnológicos (digitalización de información), comportamientos de los clientes (procesos de compra y venta) y el aumento de la competencia. Por ello, las empresas deben trabajar con información útil y tecnológicas sobre sus clientes reales y potenciales. De este modo, poder agilizar los procedimientos de ventas y hacerlos más eficientes (Jovacho, 2018).

Así mismo, existe otro factor externo que afecta la gestión comercial de una empresa, tal como la inflación, y el sector agro-comercial no es ajeno a este suceso, siendo que desde el año 2021 (a inicios de la pandemia por la covid 19) los precios de los fertilizantes químicos vienen aumentando hasta un 263%, en consecuencia, del incremento del gas natural y del carbón, que son las principales materias primas para la elaboración de estos productos. No obstante, a inicios del año 2022, la guerra entre Rusia y Ucrania vuelve a elevar más los precios, debido a las sanciones impuestas a Rusia por parte de EE.UU y la Unión Europea, siendo este uno de los primeros países en producir y exportar fertilizantes a nivel mundial, limitando así significativamente la oferta en el mercado y aumentando los precios internacionales hasta un 300% en algunos productos como la urea (BCRP, Evolucion reciente del abastecimiento y los precios de fertilizantes, 2022). En ese sentido, el Perú no fue ajeno a estos hechos ocurridos, teniendo en cuenta que Rusia es su mayor proveedor, y cuenta con el 70% de participación en el mercado peruano, y siendo la agricultura una de las principales actividades económicas en el país, el aumento de los precios es trasladado a

las empresas que pertenecen al sector retail y por último al consumidor final, encontrándose el agricultor, en ocasiones con la necesidad de romper el vínculo de fidelización que se tenía empresa-cliente y con ello buscar precios más bajos en la competencia, que en muchos casos son productos adulterados o de contrabando.

En consecuencia, en estos últimos años la situación económica de las empresas se ha visto afectada por diversas coyunturas como conflictos bélicos, cambios tecnológicos e inflación, generando que las organizaciones se encuentren en la necesidad de reajustar e implementar herramientas y/o técnicas de gestión comercial para poder hacer frente a estos hechos. Por lo que, existen empresas que, al contrario de un escenario sombrío, han creado un ambiente de oportunidades, logrando minimizar los riesgos y la vez mejorar los procesos de ventas para alcanzar resultados económicos viables. Sin embargo, en otros escenarios se detectan que las organizaciones no toman la seriedad e interés al área comercial y sus estrategias, obteniendo resultados económicos desfavorables, las cuales concluyen comprometiendo seriamente su sostenibilidad en el tiempo (Nuñez & Miranda, 2020).

La investigación se aborda a la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., cuyo principal giro de negocio es la venta al por mayor y menor de insumos agrícolas (agroquímicos, fertilizantes, semillas, equipos y herramientas), el cual inicio sus actividades en el año 2014 y actualmente cuenta con 20 locales de venta a nivel nacional. Sin embargo, en los últimos años presentaron una disminución en los resultados económicos, generando falta de liquidez, dicho problema no es ajeno a las demás empresas del sector agro-comercial, debido que estos se forjaron sobre una base familiar, siendo las que más carecen de una correcta implementación de documentos de gestión, actividades y estrategias de gestión comercial para poder afrontar las diversas coyunturas que puedan afectar su rentabilidad.

Las posibles causas del problema, se dan por el deficiente manejo de la gerencia y área administrativo-comercial, así como de los empleados que, en su mayoría las decisiones tomadas no son las más acertadas estratégicamente. Como resultado, un incorrecto o deficiente manejo de la gestión comercial afectaría en la rentabilidad de la empresa, así como también se estaría comprometiendo seriamente el desarrollo de la empresa. Estos precedentes expuestos nos llevaron a formular el siguiente problema:

3.2. Formulación del problema

3.2.1. Problema general.

- ¿Cuál es el nivel de relación entre la gestión comercial y los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023?

3.2.2. Problemas específicos.

- ¿Cuál es el nivel de relación entre la gestión comercial y la rentabilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021-2023?
- ¿Cuál es el nivel de relación entre la gestión comercial y la utilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021-2023?
- ¿Cuál es el nivel de relación entre la gestión comercial y la solvencia de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021-2023?

IV. JUSTIFICACIÓN

4.1. Justificación social

Desde el punto de vista social, es crucial que los empresarios, sus colaboradores y la sociedad en general conozcan sobre lo importante que es la gestión comercial dentro de la empresa y como esta afecta a los resultados económicos dentro de un periodo determinado. En este sentido, la investigación está elaborada para brindar posibles soluciones, así contribuir como aporte para otros investigadores que realicen estudios similares.

4.2. Justificación teórica

Es esencial, teóricamente porque se apoya en distintas teorías relacionadas con la contabilidad, finanzas, economía y administrativa. Por consiguiente, esta investigación está elaborada para contribuir en el análisis de los resultados económicos, como consecuencia de la gestión comercial. Además, con ello poder generar nuevo conocimiento acerca de la problemática en estudio.

4.3. Justificación metodológica

A nivel metodológico, este estudio se justifica porque se empleó un marco metodológico científico para la recopilación de información sobre las actividades y procesos que se generan en la empresa, de manera de ofrecer soluciones verificables basados en la utilización de los datos contables de la empresa estudiada, así como los datos documentales que sean necesarios para dar a conocer la relación existente entre una correcta gestión comercial con los resultados económicos en un periodo determinado.

4.4. Justificación práctica

En el sentido práctico, se evidenciará la relación existente entre la gestión comercial y los resultados económicos, pudiendo ser empleados para aportar solución de problemas y de orientación para una eficaz gestión comercial. Asimismo, con ello poder contribuir en el desarrollo económico de la empresa y del sector agro-comercial.

V. ANTECEDENTES Y/O ESTADO DEL ARTE

5.1. Antecedentes de la investigación

Para el desarrollo de este trabajo, se fundamentó con los siguientes antecedentes:

5.1.1. A nivel internacional.

En Ecuador Ponce (2018), realizó un estudio sobre “La gestión comercial y su influencia en el crecimiento de las PYMES del sector turístico hotelero de la provincia de Manabí – Ecuador”, se planteó establecer la gestión comercial y su impacto en el crecimiento de las PYMES de turismo-hotelero de la provincia de Manabí, como objetivo general, de manera que se realizaron 246 encuestas a las empresas del turismo. Fue una investigación exploratoria, descriptiva, correlacional y explicativa. Asimismo, se empleó el Alfa de Cronbach, el mismo que fue validado mediante el instrumento arrojando 0,994 a 30 componentes, esto tiene por significado de que existe una gran confiabilidad en la información recopilada. Los resultados obtenidos de las variables agrupadas, las empresas medianas de tipo "A" tienen una frecuencia de empleo mayor que las pequeñas, así también las compañías de tipo "B" tienen una frecuencia de empleo demasiado mayor que las dos primeras. La frecuencia de empleo de los temas señalados en las pequeñas empresas se distribuye casi equitativamente entre las posibles respuestas.

Al concluir, se comprobó que el impacto de la gestión del área comercial en el desarrollo de las MYPES de la industria de hoteles y turismo de la localidad de Manabí - Ecuador. La Rho de Spearman es de 0,966, el cual evidencia un grado de correlación positiva relevante con un nivel de confianza próximo a 1. Lo que se da entender es que, a más nivel de gestión del área comercial, mayor es el desarrollo de las PYMES, cumpliéndose así lo planteado al elegir las variables y a la vez rechazando a la hipótesis nula.

Gammoh et al. (2018), en su estudio denominado “The role of salesperson brand selling confidence in enhancing important sales management outcomes: a social identity approach (El papel de la marca del vendedor es la confianza en la mejora de importantes resultados de la gestión de ventas: un enfoque de identidad social)” conjuntamente

apoyado por la University of Toledo (EE.UU), intentaron evidenciar cómo la construcción de un buen concepto y figura por parte del vendedor puede impactar de manera positiva en la gestión en el área de ventas. En este sentido, para poder evidenciar relación, se utilizaron modelos de ecuaciones estructurales, a través del software SmartPLS. La herramienta de recopilación de información utilizado fue un cuestionario virtual online, en donde el total de encuestados fueron 344 vendedores de dos empresas, obteniendo de esta manera solo 171 respuestas del total de personas. Finalmente, los autores emiten las siguientes conclusiones: Entre las principales conclusiones que emitieron los autores, destacaron las siguientes: gran parte de la información que se tenía era referente al comportamiento del cliente mas no sobre el mismo vendedor; asimismo, existe una relación estrecha entre el nivel de confiabilidad del consumidor referente al producto que se oferta con la creación de una buena imagen del vendedor y la gestión comercial. Así también, se puede precisar que los autores señalaron que el resultado en el área de ventas, compromiso y satisfacción en la organización deben ser formados en base a las características de la misma área de ventas. Para culminar, en dicho estudio no especifica cómo fue la forma de recopilación de datos, así como también del periodo que fue ejecutado, sin embargo, estas observaciones no afectan a la calidad que tiene la investigación, la misma que puede empleada como antecedente para otras investigaciones que mantengan igualdad de problemática.

En la Cuba Bloomfield et al. (2018), desarrollaron un artículo denominado “Gestión Comercial: diagnóstico del atractivo y rentabilidad del punto de ventas” expresaron que Hoy en día, los consumidores se volvieron más rigurosos al momento de adquirir un bien o servicio y que existen muchas herramientas en la gestión del área de ventas para medir la atracción que tiene una tienda hacia sus clientes. En este sentido, los autores proponen elaborar un proceso para poder diagnosticar el rendimiento de la tienda, la misma que cuenta con tres etapas que, basadas en el método científico, empírico y análisis matricial, que evalúan el rendimiento de los productos, la conducta de los clientes al momento de realizar una compra, basado en el cálculo y análisis de los indicadores de compra, interés y rotación. Su aplicación permite a las compañías del sector comercial plantear métodos y actos para aumentar la eficiencia de la gestión del área comercial y del Merchandising en particular, para poder mejorar la rentabilidad de la tienda y de la empresa en general.

5.1.2. A nivel nacional.

En cuanto al presente tema se encontró que en Perú, Maxe (2021), denominada “Gestión Comercial y su impacto en la situación financiera de la empresa grupo Max SAC, periodo 2016-2018”, se planteó desarrollar la evaluación de la gestión del área comercial y su efecto en la finanzas de la compañía grupo Max SAC, el enfoque aplicado fue a través de una investigación cuantitativo, el tipo fue descriptivo, describiendo y analizando sus respectiva variables, el diseño fue no experimental. También se han descrito detalladamente las características generales de la empresa, así como se utilizaron un diagrama de flujo para identificar las deficiencias del proceso. Además, se han examinado las ratios de la gestión del área de comercio, por último; desarrollaron formulas relativas al estado financiero de la compañía. Como resultado del proceso de comercio se detectaron carencias relacionados a la mercadería que posee la empresa, tal como el incorrecto manejo, la falta de registros y el mal estado que se encuentran. Estos hechos son reflejados en la influencia del estado financiero, demostrando el efecto que ha tenido en los años comprendidos entre 2016-2018: permitiendo la evaluación de ratios que evidenciaron el estado en que la empresa, siendo esta no estudiada por parte de la dirección, ignorando los desafíos que afecta el estado financiero como resultado de una pésima gestión comercial.

(Ciudad, Gil, Ortiz, & Pimentel, 2019) en su tesis titulada “Gestión Financiera y resultados económicos en la empresa CONTADORES TRIBUTARIOS DEL PERÚ S.A.C. del distrito de San Juan de Lurigancho 2016-2018”. Tesis realizada para poder obtener el título de contador público en la universidad Cesar Vallejo. Nos plantea como principal objetivo el determinar la existencia de relación entre la gestión financiera y los resultados económicos de la compañía CONTADORES TRIBUTARIOS DEL PERÚ S.A.C. la metodología empleada para este trabajo de investigación fue de tipo básica, no experimental con enfoque cuantitativo, en cuanto a la muestra empleada fueron los 30 meses durante los periodos 2016 al 2018. La técnica de recopilación de datos empleada fue la documental. Finalmente, los autores concluyeron que después de realizar los análisis correspondientes, donde el coeficiente correlacional rho spearman es 0.813 y el valor sig. es 0.00, esto significa que no existe una relación directa entre la variable independiente y dependiente, en otras palabras, no existe relación significativa entre la gestión financiera y los resultados económicos.

Por su parte, se tiene a Bancayan (2019), titulada “Impacto de la gestión financiera y propuesta de mejora en la rentabilidad de la Corporación HDC SAC”, se diagnosticaron los aspectos financieros y una sugerencia de mejoras en el rendimiento del entorno coyuntural de la compañía HDC S.A.C., es estudio es de descriptivo no experimental, cuya población es la entidad y la muestra son los estados financieros, aplicando como técnica de la entrevista y la observación. Dichas técnicas en su aplicación arrojaron como resultado que los clientes con morosidad presentan un alto nivel de riesgos para la empresa, son un gran riesgo para la entidad, por lo que presentó escasos ingresos para la entidad, dificultando el pago de sus pasivos financieros y operativos, además el no contar con tecnología actualizada dificultó acceder conducir un control eficiente de los recursos. Asimismo, se demostró la existencia de un alto grado de rotación de stock, lo que pone en riesgo el desabastecimiento de la empresa. En este sentido, el autor concluyó el alto valor que tiene un correcto manejo de la gestión financiera de una entidad, caso contrario afectaría considerablemente en la rentabilidad de la misma.

Montavo et al. (2018), desarrolló la investigación denominada “La gestión de ventas y la competitividad de intangibles en tienda Curacao” Huánuco 2 - año 2018, donde el autor buscó determinar la influencia que tiene la gestión de ventas y la competitividad de intangibles de la tienda de la empresa Curacao, ubicado dentro de la ciudad de Huánuco. Asimismo, se dividió la variable de gestión de gestión de ventas en dos partes que es: atención, interés, deseo del cliente y por último proceso de ventas, todo ello con la finalidad de hacer un estudio más analítico y detallado. El estudio científico fue de tipo descriptivo correlacional, además se empleó el método deductivo e inductivo y con el diseño fue correlacional. La población señalada fue de 303 trabajadores y de este mismo se extrajo la muestra constituida por 170 empleados de la tienda, siendo a estos aplicados un cuestionario con 18 interrogantes. Posteriormente, la conclusión final fue que existe un coeficiente de correlación de Spearman de 0.726 entre la gestión de ventas y la competitividad de intangibles; asimismo, se consiguió correlaciones bajas y altas entre atención al cliente (0.794), interés sobre el cliente (0.365), deseo del cliente (0.382), proceso de venta (0.807) y competitividad de intangibles. El presente trabajo es muy importante, debido a que nos da una nueva manera de segmentar la variable gestión de ventas; a la vez se empleó otra herramienta de recopilación de información distinto al Likert, el cual consta de interrogantes cerradas con distintas opciones de opciones de respuestas.

Asimismo, Arribasplata et al. (2019), en el que se desarrolló el tema: "La gestión de ventas y su influencia en el desarrollo económico de una empresa de servicios gráficos en el distrito de Lince, Lima 2018", su objetivo fue establecer la influencia que tiene la gestión de venta ante el desarrollo económico de una compañía grafica durante el año 2018. Se empleó el enfoque cuantitativo, correlacional y su diseño es no experimental transversal correlacional causal. El cuestionario estuvo conformado por 33 empleados de una empresa grafica se midió bajo la escala de Likert. Empleando el uso del coeficiente de correlación de Spearman, se corrió la prueba de hipótesis. Entre los resultados: Los empleados de dicha compañía de servicios lograron recopilar datos útiles relacionados con la gestión de venta con la variable desarrollo económico. Finalmente, según los resultados obtenidos de 0,655 del coeficiente de correlación de Spearman se determina que la gestión de ventas influye directamente en el crecimiento de la economía de una empresa de servicios gráficos durante el periodo 2018.

5.2. Bases teóricas

5.2.1. Gestión comercial y su construcción teórica.

Determinar la concepción epistemológica de la administración es fundamental desde cualquier ámbito, campo, componente o parte del abordaje para proceder con el inicio de la materia estudiada y su elaboración necesaria. Cuál de la ciencia y la técnica existe en la gestión es el enigma epistémico resultante. Por lo tanto, investigar los distintos componentes es esencial. La base de sus conceptos y esfuerzos más trascendentales, la ciencia, la tecnología y las artes, son actividades basadas en el conocimiento.

La gestión comercial es un elemento muy importante manejado en la totalidad de compañía, estructurando y desarrollando acciones esenciales que deben ser detallados en los procesos que mantiene el departamento comercial, adaptando y realizando labores orientadas a las compras, venta y almacén de los cuales se evidenciar en la calidad, precio y conducción de la distribución, teniendo el fin de cumplir con lo características mínimas que un bien o servicio debe contar (Díaz, 2019).

Esta tiene su origen sobre la relación que se mantiene con las funciones fundamentales de distribución y la implementación de planes aplicables a compañías que muestran considerable índice de desempeño a la competencia del mercado respecto a captación de clientes y ventas. Además, está enfocado en el cumplimiento de las demandas del mercado por parte de los consumidores y con ello evitar mantenerlos como clientes

potenciales, cumpliendo con las especificaciones deseadas, adquiriendo lo que disponen, se requiere registrar la distribución de productos y los ingresos monetarios (Molinillo, 2020).

Por su parte, Mora (2016), indica que la gestión comercial es la creación de bienes o servicios que son ofrecidos a los consumidores y que tiene por objetivo el percibir ingresos considerables para la empresa.

5.2.1.1. Fidelización del Cliente

Para (Agüero, 2019) la fidelización de los clientes es fijar lazos duraderos en el tiempo entre la compañía y sus clientes. Asimismo, dicho vínculo debe perdurar después de haber realizado la compra, garantizando de esta manera que el cliente prefiera realizar sus compras en totalidad o parcial en nuestras instalaciones.

Además, según (Ibáñez & Manzano, 2018) tiene por finalidad el aumento de la regularidad de consumo por parte de nuestros clientes. Así como también, el minimizar costos, ya que es mucho más fácil el poder fidelizar a un consumidor a tener que competir con las demás empresas para que elijan comprarnos.

- **Buen servicio del personal.** Es el conjunto de hechos realizados por los trabajadores de una organización, logrando cumplir o superar las expectativas de los consumidores de un bien o servicio ofertado por la empresa.

Por otro lado, para (Sotelo Roque & Vásquez Grados, 2018) es el nivel de satisfacción de las necesidades o requerimiento que tiene el cliente, realizado las acciones correctas y necesarias conjuntamente con una buena actitud y buen espíritu de servicio.

- **Diferenciación frente a los competidores.** Según (Martinez Jimenez, 2022) es el desarrollo de un conjunto de estrategias que tienen por finalidad el resaltar a la empresa frente a los competidores. Asimismo, precisa que para lograrlo se deben tener en cuenta a los precios, servicios y producto.

- **Satisfacción del cliente.** Se refiere al nivel de aprobación que tienen los clientes respecto al bien o servicio que fue ofertado por la empresa. siendo este un factor muy determinante al momento de fidelizar y retener al cliente.

Asimismo, (Julcarima Isla, 2018) define como el resultado que proviene comparar la percepción con el beneficio de la expectativa, es decir, señala dos aspectos (expectativas y percepciones), siendo estos la forma de como los consumidores perciben la calidad.

5.2.1.2. Promoción Comercial

La promoción comercial o también denominada de ventas, son herramientas de gestión comercial que tienen por finalidad el incremento de la demanda del bien o servicio que oferta la empresa, mediante beneficios (incentivos) tanto a los clientes, así como a la fuerza de venta de la organización (Bada & Rivera, 2018)

- **Ofertas.** Son un conjunto de estrategias empleadas por las empresas para poder captar mayor interés de compra por parte de los consumidores. Finalmente, dichas ofertas tienen la intención de incrementar las ventas de la organización en un tiempo establecido.
- **Publicidad.** Según (Garay & Philip, 2018) lo definen como los distintos tipos de retribución económica o de otro tipo de pago a cambio de la promoción y oferta de ideas no personal, así como también de algún bien o servicio del patrocinador.
- **Compras frecuentes.** Para (Porrall & Lévy, 2019) es el tipo de compra realizada por clientes de forma rutinaria, constante y repetida en comparación de otros clientes cuya frecuencia de consumo es ocasional.

5.2.1.3. Fuerza Comercial

También denominado fuerza de ventas, está conformado por los recursos humanos y materiales de la compañía. Asimismo, tiene por finalidad poder comercializar productos y/o servicios que la compañía comercializa, así como el logro de metas, forjar relaciones sólidas con los compradores y contribuir en la mejora de la imagen institucional de la empresa.

Según (Ortiz, 2018) considerado como el departamento de mayor importancia de una empresa, debido a que tiene por actividad fundamental la comercialización de sus bienes o servicios a sus clientes presentes y futuros, esto es posible mediante un estudio detallado de sus menesteres del cliente, concretado de esta manera una venta sólida. Finalmente, de este modo se contribuye en lograr la meta de ingresos proyectados en el presente año.

- **Canales de comercialización.** (Acosta, 2017) también lo denomina como canales de distribución que son organizaciones autónomas que van a intervenir en la fase de colocar nuestros productos o servicios en disponibilidad final para ser consumidos por los compradores.

También puedo concluir en que, los canales de comercialización son la manera de poner nuestros productos desde el propio lugar donde fue originado hasta llegar al consumidor final.

- **Vendedores calificados.** Según (Lopez, 219) es el tipo de personal que cuenta con capacidades y características que les permiten obtener relaciones más sólidas con los consumidores. Así mismo, esta relación obtenida permite poder concretar ventas más rápidas y eficaces para la organización.

Además, algunas de estas características que deben de tener los vendedores calificados son: comunicación, empatía, conocimiento del bien o servicio a ofrecer, perseverancia, saber escuchar, honestidad, etc.

- **Actitud del vendedor.** La actitud que debe tener un vendedor es un elemento muy importante al momento de establecer relaciones con los consumidores, esto puede influenciar en los resultados de manera positiva o negativa. (Barahona & Calderon, 20217)

5.2.2. Resultados económicos

El resultado económico es la diferencia resultante entre los ingresos (bien y/o servicio) con los gastos que mantiene una entidad durante un periodo determinado, el mismo que será cuantificado monetariamente y presentado mediante los estados financieros como es el Estado de Resultados, siguiendo las normas y principios vigentes para su elaboración y presentación. **(Pilar & Palacios, 2018)**

Asimismo, el análisis económico y financiero se centran en la idea de que las personas y las empresas pueden medir y mejorar sus resultados. Es una buena práctica seleccionar proyectos, centrarse en la estrategia económica y en la estrategia financiera. Esto se mide en términos de beneficio, reducción del valor de mercado en el análisis económico y maximización del beneficio financiero.

El análisis económico considera las inversiones en función de las estructuras organizativas: productores, propietarios, grupos, empresas, organizaciones públicas o no gubernamentales. Los precios de los bienes y servicios se basan en el valor real para las personas, empresas u organizaciones. El análisis incluye los flujos de caja que existen en la economía, así como los costes fijos y de explotación: el coste del territorio, fuerza laboral y capital utilizados para generar ingresos cada año. Todos los fondos, impuestos o transferencias entre individuos, comunidades, empresas u organizaciones se consideran cuidadosamente en términos de dónde fluye el dinero (entrada o salida).

En el análisis económico, los costes y beneficios de un plan se evalúan desde un punto de vista social. Se considera que la ejecución del plan contribuirá al crecimiento económico y a la vez a contribuir socialmente, la cual garantizará el manejo eficiente de recursos. Así, el análisis económico considera el cálculo de los beneficios y la eficacia del programa; el empleo de mecanismos de precio sombra en medida que los precios y ganancia sea diferente a los precios de mercado; y los valores de mercado y tipos de cambio extranjeros, precios de los productos que no guardan un valor justo en el mercado (Conexión Esan, 2016).

5.2.2.1. Utilidad

La utilidad o pérdida neta del ejercicio es lo resultante al finalizar un periodo contable, el mismo que deberá distribuirse en reservas, dividendos,

capitalización, etc. en concordancia de las normas, políticas y acuerdos por parte de los accionistas de la empresa. (Hector, 2019)

- **Utilidad Bruta.** Es el saldo resultante entre los ingresos netos del ejercicio restando el costo de ventas.
- **Utilidad Operativa.** Es el resultado obtenido al restar los gastos operativos de los ingresos operativos al finalizar el ejercicio. Es decir, la utilidad bruta será saldada con todos los gastos que estén directamente relacionados a la venta del bien o servicio.
- **Utilidad Neta.** Resultante de aumentar ingresos o disminuir los gastos cuya finalidad no está relacionado al giro del negocio. Asimismo, se puede decir que es el beneficio económico que se obtiene al finalizar el ejercicio considerando todos los ingresos y gastos, así como obligaciones con terceros que se incurren durante todo el periodo. (Alejandro, 2019)

5.2.2.2. Rentabilidad

La Rentabilidad es resultado obtenido del empleo de bienes y servicios en la elaboración de un producto o servicio, es decir, permite conocer en qué porcentaje la empresa puede obtener un beneficio sobre los activos y/o capital invertido (Alvarado, 2020).

Es el rendimiento obtenido de la inversión dentro de un periodo determinado. Es una ratio que indica si la empresa está creciendo o no (Konfío, 2019).

Según (Antonio, 2019) asegura que en cuanto los resultados de los ratios aplicados sean óptimos, se afirmará que el negocio crece positivamente. Asimismo, para poder conocer la rentabilidad de la compañía es necesario emplear las siguientes ratios:

Return On Assets (ROA). Es un indicador de rentabilidad, cuyas siglas en inglés significa Rendimiento sobre los activos, esta herramienta mide la utilidad generada durante un periodo determinado sobre el promedio de activos totales invertidos por la empresa.

$$ROA = \frac{UTILIDAD\ NETA}{ACTIVO\ TOTAL}$$

Return On Equity (ROE). Es un indicador de rentabilidad, cuyo significado en español es Rendimiento sobre el patrimonio, tal como su nombre lo define, indica el nivel de eficiencia que se obtuvo sobre el buen manejo de los fondos propios.

$$ROE = \frac{UTILIDAD\ NETA}{PATROMONIO}$$

5.2.2.3. Solvencia

Se denomina solvencia a la capacidad con la que cuenta una determinada organización para poder convertir sus activos en liquidez y con ello poder hacer frente a sus obligaciones por pagar. Las organizaciones cuentan con activos fijos, donde según el giro del negocio y el mercado a donde se está dirigido, tienden a variar en el proceso de producción (bienes) y comercialización (servicios) que convierten el activo menos liquido en lo más liquido posible en un tiempo más corto. Asimismo, este proceso rápido de conversión del activo la hace ser más atractiva en términos de negocios. Con lo mencionado, se concluye que, en un análisis comparativo entre dos empresas, donde ambas tengan la misma valorización en sus activos y patrimonio, pero una genera mayor liquidez, en una visión empresarial siempre es de preferencia la empresa que convierta en efectivo más rápidamente, siendo esta quien demuestra un índice más alto de solvencia. (Mejía, 2022)

- **Ratio de solvencia.** También llamados razones de endeudamientos, se emplean para poder cuantificar la capacidad que posee la compañía para poder cumplir con los pasivos corrientes en los plazos de pago programados. Asimismo, estos ratios son estáticos, debido a que únicamente se emplean partidas de los estados financieros. La importancia es de los acreedores, para poder conocer a las empresas y evitar riesgos de incumplimiento de pagos.

Además, también se considera que la empresa deberá ser rentable, porque sin rentabilidad es casi imposible que la empresa sea solvente (Moquillaza, 2019).

Asimismo, (Briceño, 2016) precisa que la solvencia se refiere a la cantidad de recursos que le pertenece a terceros, de igual manera sostiene que la solvencia es la sostenibilidad que tiene la empresa para poder afrontar el total de sus obligaciones y se puede conocer el grado de endeudamiento que posee a corto y largo plazo, mediante ratios de solvencia.

$$SOLVENCIA = \frac{ACTIVO\ TOTAL}{PASIVO\ TOTAL}$$

- **Ratio de liquidez.** Según (Andrade, 2018) son razones que exponen la capacidad de cumplimiento de las obligaciones por pagar que cuenta una empresa. Asimismo, para este desarrollo se emplean las cuentas a corto plazo del estado de situación financiera.

$$LIQUIDEZ = \frac{ACTIVO\ CTE}{PASIVO\ CTE}$$

VI. HIPÓTESIS Y VARIABLES DE ESTUDIO

6.1. Hipótesis

6.1.1. Hipótesis general.

- La gestión comercial tiene relación significativa con los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023.

6.1.2. Hipótesis específicas.

- Existe una relación significativa entre la gestión comercial y la rentabilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.
- Existe relación significativa entre la gestión comercial y la utilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.
- Existe una relación significativa entre la gestión comercial y la solvencia de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.

6.2. Variables de estudio

6.2.1. Variable Independiente.

Gestión comercial.

6.2.2. Variable Dependiente.

Resultados económicos.

6.3. Operacionalización de Variables.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
GESTIÓN COMERCIAL	Según (Díaz, 2019) es un elemento muy importante manejado en la totalidad de compañía, estructurando y desarrollando acciones esenciales que deben ser detallados en los procesos que mantiene el departamento comercial, adaptando y realizando labores orientadas a las compras, venta y almacén de los cuales se evidenciar en la calidad, precio y conducción de la distribución, teniendo el fin de cumplir con lo características mínimas que un bien o servicio debe contar.	La variable gestión comercial se midió a través del cuestionario de 11 ítems divididos en tres dimensiones, calificadas con una escala Likert de tres criterios.	Fidelización del cliente	<ul style="list-style-type: none"> Buen servicio del personal Diferenciación frente a los competidores Satisfacción del cliente 	1-3
			Promoción comercial	<ul style="list-style-type: none"> Ofertas Publicidad Compras frecuentes 	4-8
			Fuerza de comercial	<ul style="list-style-type: none"> Canales de comercialización Vendedores calificados Actitud del vendedor 	9-16
RESULTADOS ECONOMICOS	Para (Pilar & Palacios, 2018) es la diferencia resultante entre los ingresos (bien y/o servicio) con los gastos que mantiene una entidad durante un periodo determinado, el mismo que será cuantificado monetariamente y presentado mediante los estados financieros como es el Estado de Resultados, siguiendo las normas y principios vigentes para su elaboración y presentación	Sirve para conocer el estado financiero de una empresa su operatividad y rendimiento en un tiempo determinado, tomando en cuenta los ingresos por ventas, gastos e ingresos	Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ROA ROE 	
			Utilidad	<ul style="list-style-type: none"> Utilidad Bruta Utilidad Operativa Utilidad Neta 	
			Solvencia	<ul style="list-style-type: none"> Ratio de Liquidez Ratio de Solvencia 	

VII. OBJETIVOS

7.1. Objetivo General

- Determinar si existe relación entre la gestión comercial y los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023.

7.2. Objetivos Específicos

- Determinar la relación entre la gestión comercial y la rentabilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.
- Determinar la relación entre la gestión comercial y la utilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.
- Determinar la relación entre la gestión comercial y la solvencia de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.

VIII. METODOLOGÍA

8.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación es aplicada; porque se tiene la finalidad de solucionar problemas reales, práctico y concreto, crear o generar conocimiento, originalmente a partir de resultados de trabajo, tal como lo señala Lozada (2014) transformando las ideas en propiedad intelectual, en lo que se involucrará un proceso de desarrollo integrador para su análisis y difusión vinculando aspectos relevantes para conservación de los datos según el criterio de la población estudiada.

8.2. Método de investigación

En este trabajo se aplicó el método deductivo, debido a que se analizó desde un contexto general de los fundamentos teóricos de la gestión comercial y los resultados económicos de la empresa, para finalmente concluir dando respuesta a las hipótesis establecidas, de este modo se entrelaza lo teórico con lo observable. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

8.3. Enfoque de la investigación

Este trabajo utiliza un enfoque cuantitativo, debido a que se inició orientado en las ciencias sociales y exactas, desde el pragmatismo hasta la validación teórica, apoyado en las mediciones matemáticas y estadísticas que se hace en la sociedad utilizando patrones (Monje, 2011).

8.4. Diseño de la investigación

El diseño es no experimental, porque este estudio se basa inherentemente en un diseño observacional estadístico y demográfico. Los niveles son descriptivos y relativos. Además, las descripciones determinan los elementos clave de la realidad o características de una población. También sigue un estudio transversal desarrollado en un único momento (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010). El trabajo actual se encarga de establecer la gestión comercial y su relación con los resultados económicos de la empresa Grupo Agro

Buen Sembrador S.A.C., Barranca en un periodo específico de tiempo durante los años 2021 – 2023.

8.5. Población y muestra

La población está conformada por el total de la población 33 empleados a nivel nacional, relacionados con el aspecto comercial de la empresa (gerencia, administración y ventas) y excluyendo a las demás áreas que no guardan relación directa con la variable de estudio.

Conforme a la información facilitada por el área de RR.HH, la población está constituida de la siguiente manera:

Tabla 1

*Número de trabajadores por área de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador SAC
(A nivel nacional)*

Área	Cantidad
Gerencia	1
Administración	4
Ventas	28
Total	33

Nota. Fuente: Planilla de remuneraciones

8.6. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información

- **Técnicas**

Para la variable de gestión comercial la técnica empleada fue el análisis de documental y la encuesta, que sirve para ordenar y sistematizar los datos a través de un cuestionario, En este sentido, se aplicó el cuestionario para a los 33 empleados del área de gestión y ventas de la empresa Grupo Agro Bu en Sembrador S. A. C., esto debido a que son los que únicamente pueden nutrir de información real del estado de la empresa.

Por otro lado, respecto a la variable de resultados económicos se empleó el análisis de los estados financieros.

- **Instrumentos**

La herramienta que se utilizó fue el cuestionario, que según Amador (2009) es "... un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto de investigación."

Dicho instrumento fue validado mediante el juicio de expertos, el cual hace referencia a especialistas en investigación, así como también sobre el objeto de estudio. De este modo emitieron su apreciación sobre el estudio y verificaron si se está midiendo la variable, en donde cada uno de ellos dictaron su veredicto.

Finalmente se utilizaron los estados financieros, que sirvieron de fuente de información para la aplicación de los ratios de rentabilidad, utilidad y solvencia, los cuales se escogieron los tres últimos periodos, ya que se se consideran los más relevantes.

8.7. Análisis y procesamiento de datos

Los instrumentos para la recolección de datos, se dieron validez y confiabilidad mediante juicio de expertos, de modo que 4 profesionales con alto nivel de especialización en el tema evaluaron y dieron su veredicto. Finalmente se realizó un análisis documental, considerando los indicadores financieros obtenidos, y posteriormente dichos datos se tabularon mediante el programa Excel para concluir con el análisis estadístico.

IX. CONSIDERACIONES ÉTICAS

La investigación está apoyada sobre principios fundamentales de ética como lo es el respeto a la autoría de investigadores, de este modo todas informaciones obtenidas de terceros se encuentran debidamente con su referencia. En este sentido, la investigación está orientada y respaldada por la directiva establecida por la Universidad Nacional de Barranca y las Normas APA 7MA. Además, se empleará sobre el consentimiento que previamente haya sido informado, así como también la autorización de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., con la finalidad de no violar los derechos que posee. A continuación, se detallan los aspectos considerados:

- **No-maleficencia:** la información obtenida dentro del proceso de investigación no debe ser empleado contra el sujeto de estudio, así como tampoco debe ser usada para obtener beneficio propio o profesional, debido que, el no dañar a las personas está contemplado dentro de los principios de ética.
- **Respeto a la Dignidad Humana:** el respeto a las respuestas, opiniones e información de los sujetos implicados al referirse a su estado estado de salud, situación económica, costumbres y sus derechos.
- **Autonomía:** el participante del trabajo de investigación tiene la potestad de decidir permanecer o retirarse oportunamente, entregándose de esta manera el consentimiento.
- **Justicia:** se tendrá en cuenta a la privacidad y el trato imparcial de los sujetos que integran el estudio. Asimismo, se debe responder las preguntas con un gesto respetuoso y de cordialidad.

X. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

10.1.Resultados

Hipótesis General:

H0: La gestión comercial tiene relación significativa con los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023.

H1: La gestión comercial no tiene relación significativa con los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023.

Tabla 2

AÑO	GESTION COMERCIAL	RESULTADOS ECONÓMICOS
2021	Regular	0.348 Regular
2022	Bueno	0.371 Bueno
2023	Bueno	0.404 Bueno

RHO DE SPEARMAN

Rho	1
P-Value	0.000

Tras realizar el análisis estadístico con la prueba Rho de Spearman a un 95% de confianza, se determina que existe relación entre la gestión comercial y los resultados económicos

de la empresa Grupo Agro Buen Sembrado S.A.C., de Barranca. El valor p-valor es menor al 0.05 (nivel de significancia), además el valor del coeficiente es positivo, en otras palabras, esto significa que a medida que una de las variables aumenta, la otra variable tiende a aumentar también.

Hipótesis Específica 1:

H0: Existe una relación significativa entre la gestión comercial y la rentabilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.

H1: No existe una relación significativa entre la gestión comercial y la rentabilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.

Tabla 3

AÑO	GESTION COMERCIAL	RENTABILIDAD
2021	Regular	0.101 Regular
2022	Bueno	0.133 Bueno
2023	Bueno	0.166 Bueno

RHO DE SPEARMAN

Rho	1
P-Value	0.000

Después de llevar a cabo el análisis estadístico utilizando la prueba Rho de Spearman con un nivel de confianza del 95%, se concluye que hay una relación entre la gestión comercial y la rentabilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrado S.A.C., ubicada en Barranca. El p-valor es inferior a 0.05, lo cual es significativo, y el coeficiente es positivo. En otras palabras, esto indica que a medida que una de las variables incrementa, la otra también tiende a incrementarse.

Hipótesis Específica 2:

H0: Existe relación significativa entre la gestión comercial y la utilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.

H1: No existe relación significativa entre la gestión comercial y la utilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.

Tabla 4

AÑO	GESTION COMERCIAL	UTILIDAD
2021	Regular	0.026 Regular
2022	Bueno	0.037 Bueno
2023	Bueno	0.050 Bueno

RHO DE SPEARMAN

Rho	1
P-Value	0.000

Luego de realizar el análisis estadístico mediante la prueba Rho de Spearman con un nivel de confianza del 95%, se determinó que existe una relación entre la gestión comercial y la utilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrado S.A.C., situada en Barranca. El p-valor es menor a 0.05, lo que indica significancia, y el coeficiente es positivo. Esto significa que cuando una de las variables aumenta, la otra también tiende a aumentar.

Hipótesis Especifica 3:

H0: Existe una relación significativa entre la gestión comercial y la solvencia de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.

H1: No existe una relación significativa entre la gestión comercial y la solvencia de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.

Tabla 5

AÑO	GESTION COMERCIAL	SOLVENCIA
2021	Regular	1.079 Regular
2022	Bueno	1.110 Bueno
2023	Bueno	1.174 Bueno

RHO DE SPEARMAN

Rho	1
P-Value	0.000

Para contrastar la hipótesis, se utilizó la prueba estadística Rho de Spearman con un nivel de confianza del 95%, tras procesar los datos se encontró que hay una relación entre la

gestión comercial y la solvencia de la empresa Grupo Agro Buen Sembrado S.A.C., ubicada en Barranca. El p-valor es menor de 0.05, lo que indica significancia, y el coeficiente es positivo. Esto sugiere que a medida que una de las variables aumenta, la otra también tiende a aumentar.

10.2.Discusión.

Después de haberse presentado los resultados obtenidos en la investigación, los mismos que fueron evidenciados gracias a la prueba estadística del Rho de Spearman a un 95% de confianza, obteniéndose como conclusión la aprobación de las hipótesis planteadas.

Durante este capítulo se harán las comparativas de los resultados obtenidos en este trabajo con aquellos realizados por otros autores, a fin de fortalecer o debatirlos con los mismos emplearon las mismas variables de estudio.

En este sentido, respecto a la hipótesis general: la gestión comercial tiene relación significativa con los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023. El resultado obtenido es que el valor p-valor es menor al 0.05 (nivel de significancia), además el valor del coeficiente es positivo, esto quiere decir que a medida que una de las variables aumenta, la otra variable tiende a aumentar también, en otras palabras, una mejor gestión comercial haría de que los resultados económicos de la empresa mejoren y/o incrementen.

Estos resultados coinciden con Ponce (2018), quien realizó un estudio sobre “La gestión comercial y su influencia en el crecimiento de las PYMES del sector turístico hotelero de la provincia de Manabí – Ecuador” la cual concluyó que la gestión del área comercial tiene un impacto en el desarrollo de las MYPES de la industria de hoteles y turismo de la localidad de Manabí - Ecuador.

Asimismo, sobre la hipótesis específica 1, Existe una relación significativa entre la gestión comercial y la rentabilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023. Después de llevar a cabo el análisis estadístico utilizando la prueba Rho de Spearman con un nivel de confianza del 95%, identifica que ambas variables están relacionadas, ya que el p-valor es inferior a 0.05, lo cual precisa que la relación es muy significativa, en otras palabras,

a una mejor gestión comercial, se obtendrá una mayor rentabilidad para la empresa, debido a que ambas variables se encuentran muy relacionadas.

Lo evidenciado está relacionado con los resultados obtenidos por Maxe (2021), en su investigación llamada “Gestión Comercial y su impacto en la situación financiera de la empresa grupo Max SAC, periodo 2016-2018”, que tras haber encontrado una serie de deficiencias en las áreas comerciales concluyó que, estos hechos son reflejados en la influencia del estado financiero, demostrando el efecto que ha tenido en los años comprendidos entre 2016-2018: permitiendo la evaluación de ratios que evidenciaron el estado en que la empresa, siendo esta no estudiada por parte de la dirección, ignorando los desafíos que afecta el estado financiero como resultado de una pésima gestión comercial.

Respecto a la hipótesis específica 2, existe relación significativa entre la gestión comercial y la utilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023. Luego de realizar el análisis estadístico mediante la prueba Rho de Spearman con un nivel de confianza del 95%, se determinó que existe una relación entre la gestión comercial y la utilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrado S.A.C., situada en Barranca. El p-valor es menor a 0.05, lo que indica significancia, y el coeficiente es positivo. Esto significa que cuando una de las variables aumenta, la otra también tiende a aumentar.

Lo encontrado muestra mucha similitud con la investigación de Arribasplata et al. (2019), quien desarrolló el tema: “La gestión de ventas y su influencia en el desarrollo económico de una empresa de servicios gráficos en el distrito de Lince, Lima 2018”, donde pudo concluir que la gestión de ventas influye directamente en el crecimiento de la economía de una empresa de servicios gráficos durante el periodo 2018.

Por último, la hipótesis específica 3 que describe lo siguiente: Existe una relación significativa entre la gestión comercial y la solvencia de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023. Para contrastar la hipótesis, se utilizó la prueba estadística Rho de Spearman con un nivel de confianza del 95%, tras procesar los datos se encontró que hay una relación entre la gestión comercial y la solvencia de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., ubicada en Barranca. El p-valor es menor de 0.05, lo que indica significancia, y el coeficiente es positivo. Esto sugiere que a medida que una de las variables aumenta, la otra también tiende a aumentar.

Lo evidenciado guarda relación con lo mencionado por Maxe (2021), en su investigación “Gestión Comercial y su impacto en la situación financiera de la empresa grupo Max SAC, periodo 2016-2018” en la cual sustenta que, la empresa además de contar con buena liquidez, también es solvente, ya que puede cubrir con facilidad sus pasivos a corto y largo plazo sin llegar a la necesidad de vender sus activos. Sin embargo, en los últimos años de estudio, la deficiente gestión comercial y el aumento de cuentas por pagar a terceros contribuyeron a una disminución en la solvencia en el último año, de esta manera complicando la adquisición de mercadería a crédito.

XI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

11.1. Conclusiones

1. Se determinó que existe relación entre la gestión comercial y los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023. Tras realizar el análisis estadístico con la prueba Rho de Spearman a un 95% de confianza, siendo que el valor p-valor es menor al 0.05 (nivel de significancia), además el valor del coeficiente es positivo. Esto indica que a medida que la gestión comercial sea eficiente, los resultados económicos tienden a incrementarse.
2. Se encontró que existe relación entre la gestión comercial y la rentabilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrado S.A.C., Barranca 2021 - 2023. Después de llevar a cabo el análisis estadístico utilizando la prueba Rho de Spearman con un nivel de confianza del 95%, El p-valor es inferior a 0.05, lo cual es significativo, y el coeficiente es positivo. Esto indica que a medida que la gestión comercial sea eficiente, la rentabilidad de la empresa tiende a incrementarse.
3. Existe relación entre la gestión comercial y la utilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023. Luego de realizar el análisis estadístico mediante la prueba Rho de Spearman con un nivel de confianza del 95%, siendo el p-valor es menor a 0.05, lo que indica significancia, y el coeficiente es positivo. Esto indica que a medida que la gestión comercial sea eficiente, la utilidad tiende a aumentar.
4. Se encontró que existe relación entre la gestión comercial y la solvencia de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023. Para contrastar la hipótesis, se utilizó la prueba estadística Rho de Spearman con un nivel de confianza del 95%, asimismo, el p-valor es menor de 0.05, lo que indica significancia, y el coeficiente es positivo. Esto indica que a medida que la gestión comercial sea eficiente, la empresa tiende a volverse más solvente para cubrir con el total de sus pasivos.

11.2. Recomendaciones

1. Al gerente general de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S. A. C. debe capacitarse constantemente en gestión comercial, así como también al personal de ventas sobre estrategias comerciales que permitan distinguirse de la competencia.
2. Se recomienda al área comercial establecer políticas y filtros más rigurosos al momento de otorgar créditos, ya que presenta un alto índice de morosidad, cuyas cuentas por cobrar fueron castigadas, siendo este un problema que genera pérdidas y afecta directamente a la rentabilidad de la empresa.
3. A la gerencia invertir en personal calificado en campo, publicidad, promociones y descuentos a fin de captar y fidelizar nuevos clientes.
4. Realizar capacitaciones al área comercial sobre temas básicos en contabilidad y finanzas, a fin de que el personal de ventas tenga mayor conocimiento en temas de gestión comercial y su efecto que ello tiene en la situación económica y financiera de la empresa.

XII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Acosta, A. (2017). *Canales de Distribución* (primera ed.). Bogotá, Colombia: Fondo Editorial Areandino. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/326423549.pdf>
- AGRONOTICIAS. (Noviembre de 2021). Agroquimicos: Contrabando alcanza los US\$ 10 MILLONES. *AGRONOTICIAS*, 1. Obtenido de <https://agronoticias.pe/ultimas-noticias/agroquimicos-contrabando-alcanza-los-us-10-millones/>
- Agüero, L. (2019). *Estrategia de fidelizacion de clientes*. Universidad de Cnatabria, Cantabria. Obtenido de <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/4474/%5b2%5d%20Ag%c3%bcero%20Cobo%20L.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alejandro, F. (2019). *ESTADOS FINANCIEROS ANALISIS E INTERPRETACION POR SECTORES ECONOMICOS*. Lima, Lima, Perú: Pacifico.
- Alvarado, C. (2020). *Contabilidad de Costos*. Lima.
- Amador, M. G. (27 de 04 de 2009). *El Cuestionario de la Investigación. El Cuestionario aplicado a la Investigación*. Obtenido de El Cuestionario de la Investigación. El Cuestionario aplicado a la Investigación: <http://manuelgalan.blogspot.com/2009/04/el-cuestionario-en-la-investigacion.html>
- Andrade, A. (s.f.). *Ratios o Razones financieras*. Lima , Lima, Perú.
- Ansolabehere, K., Cortés, F., Martínez, L., & Zaremborg, G. (2017). *Diseño de investigación*. México: Flacso Editores. Recuperado el 21 de 02 de 2022, de https://books.google.co.ve/books/about/Dise%C3%B1os_de_investigaci%C3%B3n_Metodolog%C3%ADa.html?id=jQ_WDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es-419&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

- Antonio, A. (2019). Analisis del ROA, ROE y ROI. Lima, Lima, Perú. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/608313/Art%C3%ADculo+2+Noviembre+2011+An%C3%A1lisis+del+ROA+ROE+y+ROI.pdf?sequence=1>
- Apaza, M., & Barrientes, E. (2020). *ADMINISTRACION FINANCIERA*. Lima, Breña, Perú: Instituto Pacífico SAC.
- Armijo, M. (2011). *Planificacion estratégica e indicadores de desempeño en el sector publico*. Santiago de Chile: CEPAL. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61171265/Planficacion_Estrategica_Armijo20191109-119302-15z5vyx-libre.pdf?1573308988=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPlanficacion_Estrategica_Armijo.pdf&Expires=1689478072&Signature=X4MqAiATn1vi7X4o
- Armijos, F., Bermúdez, A., & Mora, N. (2019). Gestión de administración de los Recursos Humanos. *Revista Universidad y Sociedad*, 1(14), 163-170. doi:http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000400163&lng=es&tlng=es.
- Arribasplata, N., Núñez, M., & Tapia, D. (2019). *La gestión de ventas y su influencia en el desarrollo económico de una empresa de servicios gráficos en el distrito de Lince, Lima 2018*. (Tesis de Maestría. Universidad Peruana de las Américas), Lima-Perú. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/665/TESIS-LA%20GESTI%C3%93N%20DE%20VENTAS%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20EL%20DESARROLLO%20ECONOMICO.....pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bada, C., & Rivera, V. (2018). *Implementacion de un sistema de gestion comercial para mejorar el control de inventarios de la empresa El Ormeño S. A. C*. Tesis, Universidad Nacional del Santa, Chimbote. Obtenido de <https://repositorio.uns.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14278/1944/27268.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Bancayan, M. (2019). *Impacto de la gestión financiera y propuesta de mejora en la rentabilidad de la Corporación HDC SAC*. (Tesis de Grado. Universidad Católica Santa Toribio Mogrovejo), Chiclayo-Perú. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/2174/TL_BancayanVegaMilagros.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Barahona, J., & Calderon, H. (Octubre de 20217). La actitud del vendedor ante las innovaciones tecnológicas y su influencia en su desempeño en las ventas. 27. Bogotá, Bogotá, Colombia. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512017000400029
- Bateman, T., & Scott, S. (2005). *Administración un nuevo panorama competitivo*. Mexico DF: Mc Graw Hill.
- BCRP. (2022). *Evolucion reciente del abastecimiento y los precios de fertilizantes*. Lima. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2022/junio/ri-junio-2022-recuadro-7.pdf>
- BCRP. (2022). *EVOLUCIÓN RECIENTE DEL ABASTECIMIENTO Y LOS PRECIOS DE LOS FERTILIZANTES*. BCRP, Lima, Lima. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2022/junio/ri-junio-2022-recuadro-7.pdf>
- Bloomfield, M., Cisneros, Y., & González, Y. (2018). Gestión Comercial: diagnóstico del atractivo y rentabilidad del punto de ventas. *Ciencias Holguín*, 24(4), 10-20. doi:<https://www.redalyc.org/journal/1815/181557161002/181557161002.pdf>
- Briceño, P. L. (2016). *Apuntes de finanzas corporativas*. (U. P. SAC, Ed.) Lima, Lima, Perú: DOSMASUNO S. A. C.

- Cedeño, A., Asencio, L., & Villegas, M. (2019). Las estrategias gerenciales como base fundamental para la administración en los negocios. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(5), 191-200.
- CEPAL. (08 de 07 de 2021). *Crecimiento de América Latina y el Caribe en 2021 no alcanzará a revertir los efectos adversos de la pandemia*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/comunicados/crecimiento-america-latina-caribe-2021-alcanzara-revertir-efectos-adversos-la-pandemia>
- Conexión Esan. (16 de 09 de 2016). *Evaluación económica y financiera de proyectos*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/evaluacion-economica-y-financiera-de-proyectos>
- Díaz, E. (2019). *Gestión Logística y Comercial*. (2. Edición, Ed.) España: Paraninfo. Obtenido de <https://www.paraninfo.es/catalogo/9788428340120/gestion-logistica-y-comercial-2-%C2%AA-edicion>
- Dini, M., & Stumpo, G. (2018). *MIPYMES en América Latina un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. CEPAL.
- Gammoh, B., Mallin, M., Pullins, E., & Johnson, C. (2018). The role of salesperson brand selling confidence in enhancing important sales management outcomes: a social identity approach. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 33(3), 277-290. doi:10.1108/JBIM-11-2016-0274
- Garay, A., & Philip, K. (2018). *Fundamentos de marketing* (11 ed.). Mexico DF: Pearson Educacion de Mexico S. A. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Goñaz, E., & Zevallos, W. (2018). *Determinación de un sistema de costos por procesos para mejorar la rentabilidad en la empresa Panadería Oriental S.R.L.*, de la ciudad de Iquitos, 2016. (Tesis de Grado. Universidad Científica del Perú). Obtenido de

<http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/470/GO%C3%91AZ-ZEVALLOS-1-Trabajo-Determinaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hector, N. (Mayo de 2019). *Elaboración Analítica de Estados Financieros*. (Primera). Lima, Lima, Perú: Instituto Pacífico S.A.C.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación (online)* (5ta ed.). Mexico D.F: Mcgraww-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. Recuperado el 21 de 02 de 2022, de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Herrera, R. (2016). *Impacto emprendedor. La fuerza que mueve el mundo*. . Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=8AxQDwAAQBAJ&pg=PT135&q=ebitda+concepto&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwj9qHxi5jAhVSMt8KHfAJCgUQ6AEIKDAA#v=onepage&q=ebitda%20concepto&f=false>

Ibáñez, L., & Manzano, R. (2018). *Posicionamiento: Elemento clave de la estrategia de Marketing*. Madrid: IE Business School. Obtenido de http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/posicionamiento_1563557948.pdf

Instituto Peruano de Logística Aplicada. (2 de 1 de 2017). *Instituto Peruano de Logística Aplciada*. Obtenido de <https://www.inlog.edu.pe/noticias/peru-es-el-paiscon-mayor-grado-de-crecimiento-y-desarrollo-retail-en-la-region/>

Jovacho, S. (2018). *Últimas tendencias en gestión comercial y técnicas de venta online*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/tendencias-gestion-comercial-ventas-online-comercio-ventas/>

Julcarima Isla, E. (2018). *Satisfacción del cliente respecto al proceso de distribución de las empresas de consumo masivo de Lima Sur, Lima 2017*. Lima. Obtenido de

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/15675/Julcarima_IEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Konfío. (2019). *Diccionario Financiero Konfío*. Obtenido de Diccionario Financiero Konfío: <https://konfio.mx/tips/diccionario-financiero/que-es-la-rentabilidad/>

Lavalle, A. (2017). *Análisis Financiero*. Loma-México: UNID Editorial Digital. doi:<https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=5513473&query=analisis+financiero>

Lira, M. (2019). *¿Como puedo mejorar el servicio al cliente?* (Primera ed.). Mexico: María Carmen Lira Mejía. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2009c/600/GESTION%20DE%20CLIENTE.htm>

Lopez, R. (26 de julio de 219). La selección de personal basada en competencias su relación con la eficacia organizacional. *PERSPECTIVAS*, 142. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941230007.pdf>

Lozada, J. (2014). Investigación aplicada. *Ciencia América. Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 3(1), 47-50. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>

Mario, A. (Diciembre de 2020). *Análisis Financiero Para La Toma De Decisiones*. Lima, Perú.

Marqués, M. (27 de 08 de 2019). *El margen comercial: la clave del éxito para impulsar tu resultado*. Obtenido de <https://www.finanzarel.com/blog/el-margen-comercial-la-clave-del-exito-para-impulsar-tu-resultado-2/>

Martinez Jimenez, K. (2022). *Estrategias de diferenciacion para el posicionamiento de la marca comercial Marbrama en Ayabaca, Piura - 2018*. Pimentel. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9507/Martinez%20Jimenez%20Katty%20Marin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Maxe, Y. (2021). *Gestión Comercial y su impacto en la situación financiera de la empresa grupo Max SAC, periodo 2016-2018*. (Tesis de Grado. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo), Chiclayo-Perú. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4071/1/TL_MaxeMilianYessica.pdf
- Mena, D. (2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediaciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. *Pensamiento & Gestión*(46), 11-47.
- Molinillo, S. (2020). *Distribución comercial aplicada*. Málaga: Paraninfo.
- Monje, C. (2011). *Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa. Guía Didáctica*. Programa de Comunicación Social y Periodismo, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Neiva: universidad Surcolombiana.
- Montalvo, P., Beraun, K., & Silvestre, B. (2018). “*LA GESTION DE VENTAS Y LA COMPETITIVIDAD DE INTANGIBLES EN TIENDA CURACAO HUANUCO 2 - AÑO 2018*”. (Tesis de Grado. Universidad Nacional Hermilio Valdizán), Huánuco-Perú. Obtenido de <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/3725/TAD%2000613%20M84.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Moquillaza, C. (2019). *Estados Financieros Teoría y Práctica* (Cuarta ed.). Lima: JCM EDITORES.
- Mora, L. (2016). *Gestión Logística Integral las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento*. Ecoe Ediciones. doi:<https://www.ecoediciones.mx/wp-content/uploads/2016/12/Gestion-logistica-integral-2da-Edici%C3%B3n.pdf>
- Morales, Á. (2011). *GESTIÓN COMERCIAL "Un desafío constante en un mundo globalizado"*. Santiago: Centro de Marketing Ltda.
- Morales, Á. (2011). *GESTIÓN COMERCIAL gg*. Santiago: Centro de Marketing Ltda.

- Núñez, E., & Miranda, J. (2020). El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16(30), 1-14.
- Ortiz, E. (2018). *Análisis de las ventas de líneas de celulares luego de la implementación de un modelo de gestión de indicadores de actividad*. Obtenido de Análisis de las ventas de líneas de celulares luego de la implementación de un modelo de gestión de indicadores de actividad: <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12996/3654/goicochea-ortiz-de-zevallos-eduardo.pdf?sequence=1>
- Perianu, A., & Copăceanu, C. (s.f.). *The effect of acquired company EBITDA on the deal value within M&A context A study on the Pharmaceuticar*. Obtenido de 2019: <http://hj.divaportal.org/smash/get/diva2:1322739/FULLTEXT01.pdf>
- Pilar, C., & Palacios, G. (2018). *Gestión de Inventarios y Resultados Económicos de*. Huancayo. Obtenido de https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/4075/T037_43501252_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ponce, J. (2017). La gestión comercial y su influencia en el crecimiento de las PYMES hoteleras de Manabí. *ECA Sinergia*, 8(2), 54-68.
- Ponce, J. (2018). *La gestión comercial y su influencia en el crecimiento de las PYMES del sector turístico hotelero de la provincia de Manabí – Ecuador*. (Tesis Doctoral. Universidad Nacional de San Marcos, Manabí-Ecuador. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/323348976.pdf>
- Porrall, C., & Lévy, J. (2019). *Distribución "de especialidad": ¿Como influye la frecuencia de compra de los consumidores?* (2 ed.). Madrid: Asociación de Marketing de España. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Cristina-Calvo-Porrall/publication/312191569_Distribucion_de_especialidad_Como_influye_la_frecue

ncia_de_compra_de_los_consumidores/links/58bfda7c92851c7b7275f76a/Distribucion-de-especialidad-Como-influye-la-frecuencia-d

- Rey, L. (28 de 02 de 2023). *Pérdida de rendimientos en la inversión: tipos de riesgos financieros*. Obtenido de <https://www.inesem.es/revistadigital/gestion-empresarial/riesgo-financiero/>
- Rojas, Z. (2017). *“LA GESTIÓN DE VENTAS Y LA RENTABILIDAD”*. (Tesis de Grado. Universidad INCA Garcilaso de la Vega), Lima-Perú. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2597/TESIS%20UIGV%20FINAL%20ZULLY%20ROJAS%20-%2007-05-2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sotelo Roque, L., & Vásquez Grados, S. (2018). *La calida de servicio brindada al cliente y su relación con la participación en el mercado de la empresa "Mi buen amigo EIRL" Trujillo - 2017. la libertad, trujillo*. Obtenido de https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12759/4299/RE_ADMI_LELARR.SOTELO_SONIA.V%c3%81SQUEZ_DATOS.PDF?sequence=1&isAllowed=y
- Suárez, P. (2020). *¿QUÉ ES EL ÍNDICE DE ROTACIÓN DE ACTIVOS Y CÓMO UTILIZARLO?* Obtenido de <https://controldeactivosfijos.com.mx/destacados/que-es-el-indice-de-rotacion-de-activos-y-como-utilizarlo/>
- The Observatory of Economic Complexity. (2022). *COMERCIO DE PRODUCTOS*. Obtenido de The Observatory of Economic Complexity: <https://oec.world/es/profile/hs/nitrogenous-fertilizers>
- Valle, A. (2020). La planificación financiera una herramienta clave para el logro de los objetivos empresariales. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(3), 160-166. doi:http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300160&lng=es&tlng=es.

Vazzana, M. (2017). *Relationships Between Sales Management Control, Salesperson Role, and Salesperson Performance*. (Tesis Doctoral. Walden University). Obtenido de <https://scholarworks.waldenu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=5967&context=dissertations>

XIII. ANEXOS Anexo 01. Matriz de Consistencia

PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS PRINCIPAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
¿Cuál es el nivel de relación entre la gestión comercial y los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021-2023?	Determinar si existe relación entre la gestión comercial y los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021-2023”	La gestión comercial tiene relación significativa con los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023.	Variable Independiente GESTIÓN COMERCIAL	X1: Fidelización del cliente X2: Promoción comercial. X3: Fuerza comercial	Enfoque: Cuantitativo Tipo de Investigación Aplicada Nivel de Investigación: Descriptivo Diseño de Investigación: No experimental Población: La población de esta investigación es finita, por ende, no es necesario la aplicación de una técnica estadística para conseguir la magnitud de muestra, la misma que está conformada por empleados del área de ventas de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C. Muestra: La muestra estuvo conformada por la totalidad o universo de la población estudiada. Que son 30 personal de ventas de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C.
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLES	DIMENSIONES	
¿Cuál es el nivel de relación entre la gestión comercial y la rentabilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023?	Determinar la relación entre la gestión comercial y la rentabilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.	Existe una relación significativa entre la gestión comercial y la rentabilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.	Variable Dependiente RESULTADOS ECONOMICOS	Y1: Rentabilidad Y2: Utilidad Y3: Solvencia	
¿Cuál es el nivel de relación entre la gestión comercial y la utilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023?	Determinar la relación entre la gestión comercial y la utilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.	Existe relación significativa entre la gestión comercial y la utilidad de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.			
¿Cuál es el nivel de relación entre la gestión comercial y la solvencia de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023?	Determinar la relación entre la gestión comercial y la solvencia de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.	Existe una relación significativa entre la gestión comercial y la solvencia de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023.			

Anexo 02. Consentimiento informado

Yo _____
_____ declaro que he sido informado e invitado a participar en una investigación denominada “Gestión comercial y su relación con los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023”, éste es un proyecto de investigación científica que cuenta con el respaldo de la Universidad Nacional de Barranca. Entiendo que este estudio busca establecer la gestión comercial y su relación con los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 - 2023”, y consistirá en responder una encuesta que demorará alrededor de 20 minutos. Me han explicado que la información registrada será confidencial, y que los nombres de los participantes serán asociados a un número de serie, esto significa que las respuestas no podrán ser conocidas por otras personas ni tampoco ser identificadas en la fase de publicación de resultados. Estoy en conocimiento que los datos no me serán entregados y que no habrá retribución por la participación en este estudio, sí que esta información podrá beneficiar de manera indirecta y por lo tanto tiene un beneficio para la sociedad dada la investigación que se está llevando a cabo.

Asimismo, sé que puedo negar la participación o retirarme en cualquier etapa de la investigación, sin expresión de causa ni consecuencias negativas para mí. Sí. Acepto voluntariamente participar en este estudio y he recibido una copia del presente documento.

Firma participante:

Fecha:

Anexo 03. Cuestionario.

CUESTIONARIO

“Gestión comercial y su relación con los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023”

Estimados señores, reciban Uds. Mis afectuosos saludos, este es un instrumento con fines investigativo. En este sentido, solicito responder cada una de las preguntas detalladas con la seriedad y sinceridad del caso.

Instrucciones:

- ✓ Leer con mucha atención y contestar marcando una X dentro del recuadro.
- ✓ En la siguiente encuesta es de carácter anónimo y confidencial, se agradece su ayuda.
- ✓ Las alternativas de cada ítem se dividen del 1 al 5 de la siguiente manera:

TOTALMENTE EN DESACUERDO : 1
EN DESACUERDO : 2
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO : 3
DE ACUERDO : 4
TOTALMENTE DE ACUERDO : 5

INDICADORES	PREGUNTAS	1	2	3	4
FIDELIZACION DEL CLIENTE	1. ¿Considera usted que se brinda un buen trato al cliente?				
	2. ¿Considera usted que la experiencia de venta que ofrece es única y diferente a la competencia?				
	3. ¿Considera usted que se satisface las necesidades y expectativas del cliente?				
PROMOCION COMERCIAL	4. ¿Con que frecuencia se realizan ofertas en productos estratégicos?				
	5. ¿Con que frecuencia se brindan descuentos especiales a los clientes?				
	6. ¿Con que frecuencia se brindan beneficios adicionales postventa a los clientes?				
	7. ¿Con que frecuencia se realizan campañas publicitarias para dar a conocer los productos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S. A. C.?				
	8. Después de la primera venta ¿Con que frecuencia el cliente vuelve a comprar?				
FUERZA COMERCIAL	9. ¿Con que frecuencia se emplean las redes sociales para poder comercializar con el cliente?				

10. ¿Con que frecuencia se usan las llamadas telefónicas para poder comercializar con los clientes?				
11. ¿Con que frecuencia se realizan visitas de campo para poder comercializar con los clientes?				
12. ¿Con que frecuencia recibe capacitaciones de manejo de cultivos?				
13. ¿Con que frecuencia recibe capacitaciones sobre uso y manejo adecuado de agroquímicos?				
14. ¿Con que frecuencia recibe capacitaciones sobre técnicas de ventas?				
15. ¿Considera usted que es una persona proactiva?				
16. ¿Considera usted que es una persona optimista ante las situaciones desfavorables?				

Anexos 01: Validación de instrumento del contenido

CUESTIONARIO

INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTO)

I. Información General:

Nombres y apellidos del juez : ROGER DINO MATIAS SANCHEZ
DNI : 15841884
Profesión : CONTADOR PUBLICO COLEGIADO
Fecha : 05 de diciembre del 2023


A continuación, se presenta un esquema detallando los ítems del instrumento, los mismos que deben ser calificado por 4 opciones. Debe marcar con una X según su punto de vista.

OPCIONES:

DEJAR : A
MODIFICAR : B
INCLUIR OTRA PREGUNTA : C
ELIMINAR : D

II. Aspectos por calificar.

INDICADORES	PREGUNTAS	A	B	C	D
FIDELIZACION DEL CLIENTE	1. ¿Considera usted que se brinda un buen trato al cliente?	X			
	2. ¿Considera usted que la experiencia de venta que ofrece es única y diferente a la competencia?	X			
	3. ¿Considera usted que se satisface las necesidades y expectativas del cliente?	X			
PROMOCION COMERCIAL	4. ¿Con que frecuencia se realizan ofertas en productos estratégicos?	X			
	5. ¿Con que frecuencia se brindan descuentos especiales a los clientes?	X			
	6. ¿Con que frecuencia se brindan beneficios adicionales postventa a los clientes?	X			
	7. ¿Con que frecuencia se realizan campañas publicitarias para dar a conocer los productos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S. A. C.?	X			
	8. Después de la primera venta ¿Con que frecuencia el cliente vuelve a comprar?	X			
FUERZA COMERCIAL	9. ¿Con que frecuencia se emplean las redes sociales para poder comercializar con el cliente?	X			
	10. ¿Con que frecuencia se usan las llamadas telefónicas para poder comercializar con los clientes?	X			
	11. ¿Con que frecuencia se realizan visitas de campo para poder comercializar con los clientes?	X			
	12. ¿Con que frecuencia recibe capacitaciones de manejo de cultivos?	X			
	13. ¿Con que frecuencia recibe capacitaciones sobre uso y manejo adecuado de agroquímicos?	X			
	14. ¿Con que frecuencia recibe capacitaciones sobre técnicas de ventas?	X			
	15. ¿Considera usted que es una persona proactiva?	X			
16. ¿Considera usted que es una persona optimista ante las situaciones desfavorables?	X				


Roger Dino Matias Sanchez
Mg. CPCC
Reg: N° 022-923

UNIVERSIDA NACIONAL DE BARRANCA

FACULTAD DE CIENCIAS JURIDIAD, CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

VALIDEZ DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS

I. Información General:

Nombres y apellidos del juez : ROGER DINO MATIAS SANCHEZ

DNI : 15841884

Profesión : CONTADOR PUBLICO

Fecha : 05 de diciembre del 2023

La presente herramienta tiene por fin el poder validar el cuestionario basado en los “Gestión comercial y su relación con los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023”.

Asimismo, se debe calificar con un valor acorde a su criterio referente a cada enunciado elaborado.

II. Aspectos a evaluar: (marcar con una x)

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
		(9 pts)	(13 pts)	(16 pts)	(18 pts)	(20 pts)
Claridad	Se formuló con el lenguaje adecuado y comprensivo.				X	
Objetividad	Se expresa con conductas observadas.				X	
Actualidad	Es conforme al avance de la ciencia y calidad.				X	
Organización	Es presentado de manera ordenada.					X
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				X	
Intencionalidad	Es apropiado para cumplir con la finalidad del trabajo.				X	
Consistencia	Está basado en aspectos teórico y científico.				X	
Coherencia	Entre hipótesis, indicadores y dimensiones.				X	
Propósito	Las estrategias resuelven el propósito de la investigación.					X

Convivencia	Es relevante para próximas investigaciones.				X	
SUMATORIA PARCIAL					126	60
SUMATORIA TOTAL						186
VALORACION CUANTITATIVA (sumatoria total x 0.005)						0.93

III. Calificación Global:

A continuación, se debe coeficiente obtenido dentro del intervalo correspondiente y finalmente escribir sobre la casilla en blanco.

INTERVALOS	RESULTADOS
0.00 – 0.49	Validez Nula
0.50 – 0.59	Validez Muy Baja
0.60 – 0.69	Validez Baja
0.70 – 0.79	Validez Aceptable
0.80 – 0.89	Validez Buena
0.90 – 1.00	Validez Muy Buena

Coefficiente de Validez.

0.93

=

MUY BUENA


 Roger Dino Matías Sanchez
 Mg. CPCC
 Reg: N° 022-923

CUESTIONARIO

INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTO)

I. Información General:

Nombres y apellidos del juez : Tito A. Jara Pajuelo
DNI : 15708514
Profesión : Contador Público
Fecha : 05 de Diciembre del 2023

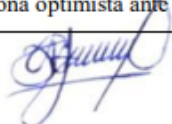
A continuación, se presenta un esquema detallando los ítems del instrumento, los mismos que deben ser calificado por 4 opciones. Debe marcar con una X según su punto de vista.

OPCIONES:

DEJAR : A
MODIFICAR : B
INCLUIR OTRA PREGUNTA : C
ELIMINAR : D

II. Aspectos por calificar.

INDICADORES	PREGUNTAS	A	B	C	D
FIDELIZACION DEL CLIENTE	1. ¿Considera usted que se brinda un buen trato al cliente?	X			
	2. ¿Considera usted que la experiencia de venta que ofrece es única y diferente a la competencia?	X			
	3. ¿Considera usted que se satisface las necesidades y expectativas del cliente?	X			
PROMOCION COMERCIAL	4. ¿Con que frecuencia se realizan ofertas en productos estratégicos?	X			
	5. ¿Con que frecuencia se brindan descuentos especiales a los clientes?	X			
	6. ¿Con que frecuencia se brindan beneficios adicionales postventa a los clientes?	X			
	7. ¿Con que frecuencia se realizan campañas publicitarias para dar a conocer los productos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S. A. C.?	X			
	8. Después de la primera venta ¿Con que frecuencia el cliente vuelve a comprar?	X			
FUERZA COMERCIAL	9. ¿Con que frecuencia se emplean las redes sociales para poder comercializar con el cliente?	X			
	10. ¿Con que frecuencia se usan las llamadas telefónicas para poder comercializar con los clientes?	X			
	11. ¿Con que frecuencia se realizan visitas de campo para poder comercializar con los clientes?	X			
	12. ¿Con que frecuencia recibe capacitaciones de manejo de cultivos?	X			
	13. ¿Con que frecuencia recibe capacitaciones sobre uso y manejo adecuado de agroquímicos?	X			
	14. ¿Con que frecuencia recibe capacitaciones sobre técnicas de ventas?	X			
	15. ¿Considera usted que es una persona proactiva?	X			
16. ¿Considera usted que es una persona optimista ante las situaciones desfavorables?	X				



Tito A. Jara Pajuelo
Contador Público Colegiado
DNI 15708514

UNIVERSIDA NACIONAL DE BARRANCA

FACULTAD DE CIENCIAS JURIDIA, CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

VALIDEZ DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS

I. Información General:

Nombres y apellidos del juez : Tito A. Jara Pajuelo

DNI : 15708514

Profesión : Contador Público

Fecha : 05 de Diciembre del 2023

La presente herramienta tiene por fin el poder validar el cuestionario basado en los “Gestión comercial y su relación con los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023”.

Asimismo, se debe calificar con un valor acorde a su criterio referente a cada enunciado elaborado.

II. Aspectos a evaluar: (marcar con una x)

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
		(9 pts)	(13 pts)	(16 pts)	(18 pts)	(20 pts)
Claridad	Se formuló con el lenguaje adecuado y comprensivo.				X	
Objetividad	Se expresa con conductas observadas.				X	
Actualidad	Es conforme al avance de la ciencia y calidad.				X	
Organización	Es presentado de manera ordenada.					X
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
Intencionalidad	Es apropiado para cumplir con la finalidad del trabajo.					X
Consistencia	Está basado en aspectos teórico y científico.				X	
Coherencia	Entre hipótesis, indicadores y dimensiones.				X	
Propósito	Las estrategias resuelven el propósito de la investigación.				X	

Convivencia	Es relevante para próximas investigaciones.				X	
SUMATORIA PARCIAL					144	40
SUMATORIA TOTAL						184
VALORACION CUANTITATIVA (sumatoria total x 0.005)						0.92

III. Calificación Global:

A continuación, se debe coeficiente obtenido dentro del intervalo correspondiente y finalmente escribir sobre la casilla en blanco.

INTERVALOS	RESULTADOS
0.00 – 0.49	Validez Nula
0.50 – 0.59	Validez Muy Baja
0.60 – 0.69	Validez Baja
0.70 – 0.79	Validez Aceptable
0.80 – 0.89	Validez Buena
0.90 – 1.00	Validez Muy Buena

Coefficiente de Validez.

0.92	=	Validez muy buena
------	---	-------------------



Tito A. Jara Pajuelo
Contador Público Colegiado
DNI 15708514

CUESTIONARIO

INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTO)

I. Información General:

Nombres y apellidos del juez : Carlos Arturo Díaz Solís
 DNI : 73986664
 Profesión : Contador Público
 Fecha : 05 de Diciembre del 2023

A continuación, se presenta un esquema detallando los ítems del instrumento, los mismos que deben ser calificado por 4 opciones. Debe marcar con una X según su punto de vista.

OPCIONES:

DEJAR : **A**
 MODIFICAR : **B**
 INCLUIR OTRA PREGUNTA : **C**
 ELIMINAR : **D**

II. Aspectos por calificar.

INDICADORES	PREGUNTAS	A	B	C	D
FIDELIZACION DEL CLIENTE	1. ¿Considera usted que se brinda un buen trato al cliente?	X			
	2. ¿Considera usted que la experiencia de venta que ofrece es única y diferente a la competencia?	X			
	3. ¿Considera usted que se satisface las necesidades y expectativas del cliente?	X			
PROMOCION COMERCIAL	4. ¿Con que frecuencia se realizan ofertas en productos estratégicos?	X			
	5. ¿Con que frecuencia se brindan descuentos especiales a los clientes?	X			
	6. ¿Con que frecuencia se brindan beneficios adicionales postventa a los clientes?	X			
	7. ¿Con que frecuencia se realizan campañas publicitarias para dar a conocer los productos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S. A. C.?	X			
	8. Después de la primera venta ¿Con que frecuencia el cliente vuelve a comprar?	X			
FUERZA COMERCIAL	9. ¿Con que frecuencia se emplean las redes sociales para poder comercializar con el cliente?	X			
	10. ¿Con que frecuencia se usan las llamadas telefónicas para poder comercializar con los clientes?	X			
	11. ¿Con que frecuencia se realizan visitas de campo para poder comercializar con los clientes?	X			
	12. ¿Con que frecuencia recibe capacitaciones de manejo de cultivos?	X			
	13. ¿Con que frecuencia recibe capacitaciones sobre uso y manejo adecuado de agroquímicos?	X			
	14. ¿Con que frecuencia recibe capacitaciones sobre técnicas de ventas?	X			
	15. ¿Considera usted que es una persona proactiva?	X			
	16. ¿Considera usted que es una persona optimista ante las situaciones desfavorables?	x			



COLEGIO DE CONTADORES PÚBLICOS DEL CALLAO

C.P.C. CARLOS ARTURO DÍAZ SOLÍS
 CONTADOR PÚBLICO
 MAT. N° 7582

UNIVERSIDA NACIONAL DE BARRANCA
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDIA, CONTABLES Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS
VALIDEZ DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS

I. Información General:

Nombres y apellidos del juez : Carlos Arturo Díaz Solís
DNI : 73986664
Profesión : Contador Público
Fecha : 05 de Diciembre del 2023

La presente herramienta tiene por fin el poder validar el cuestionario basado en los “Gestión comercial y su relación con los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023”.

Asimismo, se debe calificar con un valor acorde a su criterio referente a cada enunciado elaborado.

II. Aspectos a evaluar: (marcar con una x)

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
		(9 pts)	(13 pts)	(16 pts)	(18 pts)	(20 pts)
Claridad	Se formuló con el lenguaje adecuado y comprensivo.					x
Objetividad	Se expresa con conductas observadas.					X
Actualidad	Es conforme al avance de la ciencia y calidad.					X
Organización	Es presentado de manera ordenada.					X
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
Intencionalidad	Es apropiado para cumplir con la finalidad del trabajo.				X	
Consistencia	Está basado en aspectos teórico y científico.				X	
Coherencia	Entre hipótesis, indicadores y dimensiones.				X	
Propósito	Las estrategias resuelven el propósito de la investigación.					x
Convivencia	Es relevante para próximas investigaciones.					x

SUMATORIA PARCIAL				54	140
SUMATORIA TOTAL					194
VALORACION CUANTITATIVA (sumatoria total x 0.005)					0.97


III. Calificación Global:

A continuación, se debe coeficiente obtenido dentro del intervalo correspondiente y finalmente escribir sobre la casilla en blanco.

INTERVALOS	RESULTADOS
0.00 – 0.49	Validez Nula
0.50 – 0.59	Validez Muy Baja
0.60 – 0.69	Validez Baja
0.70 – 0.79	Validez Aceptable
0.80 – 0.89	Validez Buena
0.90 – 1.00	Validez Muy Buena

Coefficiente de Validez.

0.97	=	Validez Muy Buena
------	---	-------------------


 COLEGIO DE CONTADORES PUBLICOS DEL CALLAO
 C.P.C. CARLOS ARTURO DIAZ SOLIS
 CONTADOR PUBLICO
 MAT. N° 7582

CUESTIONARIO

INSTRUMENTO PARA FINES ESPECÍFICOS DE LA VALIDACIÓN DE CONTENIDO (JUICIO DE EXPERTO)

I. Información General:

Nombres y apellidos del juez : Cosme Navarro Heredia
 DNI : 10368754
 Profesión : Contador Público
 Fecha : 05/12/ 2023

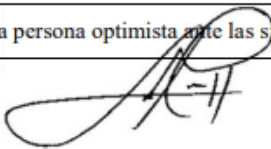
A continuación, se presenta un esquema detallando los ítems del instrumento, los mismos que deben ser calificado por 4 opciones. Debe marcar con una X según su punto de vista.

OPCIONES:

DEJAR : A
 MODIFICAR : B
 INCLUIR OTRA PREGUNTA : C
 ELIMINAR : D

II. Aspectos por calificar.

INDICADORES	PREGUNTAS	A	B	C	D
FIDELIZACION DEL CLIENTE	1. ¿Considera usted que se brinda un buen trato al cliente?	X			
	2. ¿Considera usted que la experiencia de venta que ofrece es única y diferente a la competencia?	X			
	3. ¿Considera usted que se satisface las necesidades y expectativas del cliente?	X			
PROMOCION COMERCIAL	4. ¿Con que frecuencia se realizan ofertas en productos estratégicos?		x		
	5. ¿Con que frecuencia se brindan descuentos especiales a los clientes?		X		
	6. ¿Con que frecuencia se brindan beneficios adicionales postventa a los clientes?	X			
	7. ¿Con que frecuencia se realizan campañas publicitarias para dar a conocer los productos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S. A. C.?	X			
	8. Después de la primera venta ¿Con que frecuencia el cliente vuelve a comprar?	X			
FUERZA COMERCIAL	9. ¿Con que frecuencia se emplean las redes sociales para poder comercializar con el cliente?	X			
	10. ¿Con que frecuencia se usan las llamadas telefónicas para poder comercializar con los clientes?	X			
	11. ¿Con que frecuencia se realizan visitas de campo para poder comercializar con los clientes?	X			
	12. ¿Con que frecuencia recibe capacitaciones de manejo de cultivos?		X		
	13. ¿Con que frecuencia recibe capacitaciones sobre uso y manejo adecuado de agroquímicos?	X			
	14. ¿Con que frecuencia recibe capacitaciones sobre técnicas de ventas?	X			
	15. ¿Considera usted que es una persona proactiva?	X			
16. ¿Considera usted que es una persona optimista ante las situaciones desfavorables?	X				


Cosme Navarro Heredia
Doctor en Contabilidad
ORCID: 0000-0003-4592-8657

UNIVERSIDA NACIONAL DE BARRANCA

FACULTAD DE CIENCIAS JURIDIA, CONTABLES Y FINANCIERAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

VALIDEZ DE INSTRUMENTO POR JUICIO DE EXPERTOS

I. Información General:

Nombres y apellidos del juez : Cosme Navarro Heredia

DNI : 10368754

Profesión : Contador Público

Fecha : 05/12/2023

La presente herramienta tiene por fin el poder validar el cuestionario basado en los “Gestión comercial y su relación con los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S.A.C., Barranca 2021 – 2023”.

Asimismo, se debe calificar con un valor acorde a su criterio referente a cada enunciado elaborado.

II. Aspectos a evaluar: (marcar con una x)

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
		(9 pts)	(13 pts)	(16 pts)	(18 pts)	(20 pts)
Claridad	Se formuló con el lenguaje adecuado y comprensivo.				X	
Objetividad	Se expresa con conductas observadas.			X		
Actualidad	Es conforme al avance de la ciencia y calidad.			X		
Organización	Es presentado de manera ordenada.			X		
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.			X		
Intencionalidad	Es apropiado para cumplir con la finalidad del trabajo.			X		
Consistencia	Está basado en aspectos teórico y científico.			X		
Coherencia	Entre hipótesis, indicadores y dimensiones.				X	
Propósito	Las estrategias resuelven el propósito de la investigación.			X		

Convivencia	Es relevante para próximas investigaciones.				X	
SUMATORIA PARCIAL				112	54	
SUMATORIA TOTAL						166
VALORACION CUANTITATIVA (sumatoria total x 0.005)						0.83

III. Calificación Global:

A continuación, se debe coeficiente obtenido dentro del intervalo correspondiente y finalmente escribir sobre la casilla en blanco.

INTERVALOS	RESULTADOS
0.00 – 0.49	Validez Nula
0.50 – 0.59	Validez Muy Baja
0.60 – 0.69	Validez Baja
0.70 – 0.79	Validez Aceptable
0.80 – 0.89	Validez Buena
0.90 – 1.00	Validez Muy Buena

Coefficiente de Validez.

0.83	=	VALIDEZ BUENA
-------------	---	----------------------



Cosme Navarro Heredia
Doctor en Contabilidad
ORCID: 0000-0003-4592-8657

4.1. Resumen de Validación por juicio de expertos

El cuestionario fue elaborado para poder obtener información y/o datos necesarios con la cual se pueda demostrar el nivel de relación que existe entre la gestión comercial y los resultados económicos de la empresa Grupo Agro Buen Sembrador S. A. C., Barranca 2021-2023. Asimismo, dicho instrumento fue validado y sometido a evaluación por 4 especialistas en la materia de investigación y objeto de estudio. A continuación, se detallan los resultados obtenidos:

NOMBRE Y APELLIDOS	DNI	PROFESION	COEFICIENTE DE VALIDEZ	RESULTADO
Roger Dino Matías Sánchez	15841884	Contador	0.93	Muy Buena
Tito A. Jara Pajuelo	15708514	Contador	0.92	Muy Buena
Carlos Arturo Díaz Solís	73986664	Contador	0.97	Muy Buena
Cosme Navarro Heredia	10368754	Contador	0.83	Buena