

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **CONTABILIDAD Y FINANZAS**

“LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS VENTAS E-COMMERCE Y SU EFECTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA INVERSIONES GANZUL S.A., TRUJILLO, 2021”

Tesis para optar al título profesional de:

Contadora Pública

Autor:

Esther Marilyn Garcia Enriquez

Asesor:

Mg. Haydee Roxana Alvarado Lavado

<https://orcid.org/0000-0002-3328-8528>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Zurita Guerrero Maria Graciela	40367879
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Cancino Olivera Rossana Magally	17818053
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Salazar Rebaza Carola Rosana	18110438
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Tabla de contenido

JURADO CALIFICADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA	9
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.3. OBJETIVOS	18
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	18
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
1.4. HIPÓTESIS	18
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	19
CAPÍTULO III: RESULTADOS	22
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	31
REFERENCIAS	334
ANEXOS	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Análisis horizontal de las ventas 2020 y 2021.....	23
Tabla 2	Comparación de los costos de ventas del año 2020-2021.....	26
Tabla 3	Comparación de los gastos del año 2020-2021.....	27
Tabla 4	Análisis horizontal del estado de resultado 2020 y 2021.....	28
Tabla 5	Rentabilidad bruta sobre las ventas del 2020 y 2021.....	28
Tabla 6	Rentabilidad operativa del 2020 y 2021.....	29
Tabla 7	Rentabilidad neta del 2020 y 2021.....	29
Tabla 8	Análisis del ROA Y ROE del 2020 y 2021.....	29

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ventas del año 2020 y su análisis vertical.	22
Figura 2 Ventas del año 2021 y su análisis vertical.	23
Figura 3 Flujo de procesos que realizó la empresa para crear su página. 24	
Figura 4 Flujograma del proceso de venta.....	25
Figura 5 Beneficios del e-commerce para las empresas.	30

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo principal determinar el efecto de implementar las ventas e-commerce en la rentabilidad de la empresa Inversiones Ganzul S.A. Según el enfoque de esta investigación es cuantitativo, el diseño es no experimental, a su vez es transversal y es de tipo descriptivo. La población son los documentos contables de la empresa y la muestra son los estados financieros y reportes de ventas de los años 2020 y 2021. La técnica que se aplicó para la recolección de datos fue la observación y el análisis documental, paralelamente se investigó autores que brinden el respaldo sobre el tema planteado. Con toda la información ya recolectada se procedió a ordenar y citar para una mejor interpretación.

Se procedió a realizar un análisis del año 2020 y 2021 en base a sus ventas y estados financieros, para saber cómo fue su rentabilidad. Dando como resultado principal que la empresa al implementar las ventas e-commerce en el año 2021 tuvo más ingreso de dinero, en comparación al año 2020, que solo realizaba sus ventas en una tienda física. Se concluyó que las ventas e-commerce sí influyeron de manera positiva en la rentabilidad de la empresa Inversiones Ganzul.

PALABRAS CLAVES: Rentabilidad, e-commerce y comercio electrónico.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

- Alvarado, E. (2021). Determinantes del gasto en e-commerce debido a la COVID-19: un análisis empírico para los micronegocios en Monterrey, México. Paradigma económico. *Revista de economía regional y sectorial*, 13(1), 119-145..
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=431566320005>
- Borja, J. (2020). Aplicación de comercio electrónico para microempresas comerciales peruanas. *Revista Científica de la UCSA*, 7(1), 31-38. <http://orcid.org/0000-0003-1305-0456>
- Chu, M. (2020). *El ROI de las decisiones del marketing: un enfoque de rentabilidad*. Lima, Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UCP).
<https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/ereader/upnorte/150845>
- Fernández, V. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *En Espíritu Emprendedor TES* (Vol. 4, págs. 65-76). Perú.
[doi:https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207](https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207)
- Figuerola, E. (2018). Rentabilidad y uso de comercio electrónico en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector comercial. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 6(11).
[file:///C:/Users/Hessiel/Downloads/Dialnet-RentabilidadYUsoDeComercioElectronicoEnLasMicroPeq-5237234%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Hessiel/Downloads/Dialnet-RentabilidadYUsoDeComercioElectronicoEnLasMicroPeq-5237234%20(2).pdf)
- Fresno, C. (2019). *Metodología de la investigación: así de fácil*. Córdoba, Argentina: El Cid Editor. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/ereader/upnorte/98278>

Garzón, M. (2017). *Análisis de sostenibilidad, rentabilidad y endeudamiento de SkyNet de Colombia S.A.S a través de indicadores financieros*. [Tesis de bachiller, Universidad Católica de Colombia].

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/14483/1/An%20de%20Rentabilidad%20Liquidez%20y%20Endeudamiento%20de%20SkyNet%20de%20Colombia%20-%20Mariana%20Garz%c3%b3n%20Gonz%c3%a1le.pdf>

González, J. (2020). Comercio electrónico en China y México: surgimiento, evolución y perspectivas. *México y la cuenca del pacífico*, 9(27), 53-84. <http://orcid.org/0000-0003-1458-8047>

Hernández, E. y Hernández, L. (2018). *Manual del comercio electrónico: técnicas, modelos, normativa y casos prácticos*. Barcelona, España: Marge Books. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/ereader/upnorte/45158>

Hernández, E. y Hernández, L. (2020). *Manual del comercio electrónico*. Barcelona, España: Marge Books. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/ereader/upnorte/167422>

Ley N° 29571. Ley del código de protección y defensa del consumidor (02 de Setiembre de 2010). <https://www.gob.pe/institucion/indecopi/normas-legales/1244218-29571>

Ley N° 27291. Ley que modifica el Código Civil permitiendo la utilización de los medios electrónicos para la manifestación de voluntad y la utilización de la firma electrónica (24 de Junio de 2000). <https://www.gob.pe/institucion/mpfn/informes-publicaciones/1678074-ley-n-27291>

“La implementación de las ventas e-commerce y su efecto en la rentabilidad de la empresa Inversiones Ganzul S.A. Trujillo, 2021”

Ley N° 29733. Ley de Protección de datos personales (3 de Julio de 2011).

<https://www.gob.pe/institucion/congreso-de-la-republica/normas-legales/243470-29733>

Maldonado, J. (2018). *Metodología de la investigación social: paradigmas: cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario*. Bogotá, Colombia.

<https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/ereader/upnorte/70335>

Martín, P. (2018). *Teletrabajo y comercio electrónico*. España: Ministeria de Educación y Formación Profesional de España.

<https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/ereader/upnorte/49474>

Meléndez, E.; Ábrego, D. y Medina, J. (2018). La confianza y el control percibido como antecedente de la aceptación del e-commerce: una investigación empírica en consumidores finales. *Nova scientia*, 10(21), 655-677.

<https://doi.org/10.21640/ns.v10i21.1611>

Monroy, M. y Nava, N. (2018). *Metodología de la investigación*. México: Grupo Editorial Éxodo. <https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/ereader/upnorte/172512>

Morales, M. (2021). Comportamiento del consumidor hacia el comercio electrónico y las tiendas minoristas en los Estados Unidos posterior a la pandemia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(6), 47-64.

Niño, V. (2019). *Metodología de la investigación: diseño, ejecución e informe (2a. ed.) (2 ed.)*. Bogotá, Colombia.

<https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/ereader/upnorte/127116>

- Palomino, A.; Mendoza, C. y Oblitas, J. (2020). E-commerce y su importancia en épocas de COVID-19 en la zona norte del Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(3), 253-266.
- Pesántez, A.; Romero, J. y González, M. (2020). Comercio electrónico B2B como estrategia competitiva en el comercio internacional: Desafíos para Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 5(1), 72-93. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n1.2020.1166>
- Pesante, K. y Salvatierra, J.(2021). *El comercio electrónico como herramienta para impulsar las ventas en el Centro Comercial Don Carlos, Trujillo 2021*. [Tesis de bachiller, Universidad César Vallejo]
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/76510>
- Proaño, W.; Lucio, A. y Rodríguez, R.(2020). Contabilidad bajo la perspectiva de dispositivos electrónicos en contribuyentes de microempresas de Jipijapa Manabí. *Instituto de Información Científica y Tecnológica. Cuba*, 22(2), 222-238. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=637869116005>
- Puma, L. (2017). *La influencia del comercio electrónico en las ventas de los servicios Hotel Royal Inn de la ciudad de Juliaca, Períodos 2013-2014*. [Tesis de titulación, Universidad Nacional del Antiplano].
http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4204/Puma_Ticono_Luz_Mary.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramírez, N.; Mungaray, A.; Aguilar, J. y Inzunza, R. (2017). Una explicación de la rentabilidad y poder de mercado de las microempresas marginadas. *Economía: teórica y práctica*(46), 97-113. <https://doi.org/10.24275/etypuam/ne/462017/ramirez>