

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS

FACULTAD DE CIENCIAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS



TESIS

**GESTIÓN DE COMPRAS Y SU RELACIÓN CON SU RENTABILIDAD DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO UNIÓN Y DIGNIDAD DE LA CIUDAD DE**

PUNO, 2025

PRESENTADA POR:

EDE ELVIA VELÁZQUEZ TITO

JORGE RAÚL FRISANCHO BRAVO

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

PUNO – PERÚ

2026



Repositorio Institucional ALCIRA by Universidad Privada San Carlos is licensed under a [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



9.05%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 5 FEB 2026, 4:19 PM

Originality & Authorship Report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL
0.19%

● CHANGED TEXT
8.86%

Report #31309925

EDE ELVIA VELÁZQUEZ TITO // JORGE RAÚL FRISANCHO BRAVO // GESTIÓN DE COMPRAS Y SU RELACIÓN CON SU RENTABILIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO UNIÓN Y DIGNIDAD DE LA CIUDAD DE PUNO, 2025 RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo general determinar la relación entre la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025. 1 3 4 5 6 7 8 9 12 14 17 20 La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo básico, con un diseño no experimental, de corte transversal y nivel correlacional. La población estuvo conformada por 240 comerciantes, de los cuales se seleccionó una muestra de 123 comerciantes mediante muestreo probabilístico, considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 6%. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario estructurado, aplicado para medir la gestión de compras a través de las dimensiones planificación de compras, selección de proveedores y control de inventarios y la rentabilidad. 17 Para el análisis de datos se empleó la estadística descriptiva y el coeficiente Rho de Spearman. Los resultados descriptivos evidenciaron que el 63,41% de los comerciantes presenta un nivel medio de gestión de compras y el 24,39% un nivel alto, mientras que el 68,29% reportó un nivel medio de rentabilidad y solo el 17,07% un nivel alto. En el análisis

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS
FACULTAD DE CIENCIAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS
TESIS
GESTIÓN DE COMPRAS Y SU RELACIÓN CON SU RENTABILIDAD DE LOS
COMERCIANTES DEL MERCADO UNIÓN Y DIGNIDAD DE LA CIUDAD DE
PUNO, 2025
PRESENTADA POR:
EDE ELVIA VELÁZQUEZ TITO
JORGE RAÚL FRISANCHO BRAVO
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

PRESIDENTE

: 
Dra. CELIA VERENISSE ORTIZ DE ORUE ROJAS


PRIMER MIEMBRO

: 
Mtra. NATALY SILVIA GARCIA VILCA

SEGUNDO MIEMBRO

: 
M.Sc. KORINA ASQUI GOMEZ

ASESOR DE TESIS

: 
Mg. LUIS ALBERTH ROSSEL BERNEDO

Área: Ciencias Económicas, Negocios

Sub Área: Contabilidad y Finanzas

Líneas de Investigación: Negocios, Administración

Puno, 16 de febrero del 2026.

DEDICATORIA

Dedicamos el presente trabajo de investigación, en primer lugar, a Dios, por brindarnos vida, fortaleza y sabiduría para afrontar cada etapa de nuestra formación profesional y permitirnos culminar este importante logro académico.

A nuestros padres y familiares, quienes con su apoyo incondicional, consejos oportunos y sacrificio constante fueron el pilar fundamental durante todo este proceso, motivándonos a perseverar ante las dificultades y a no desistir en el cumplimiento de nuestros objetivos.

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Privada San Carlos, por brindarnos la formación académica que contribuyeron a fortalecer nuestro aprendizaje. A la Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas y a todos mis docentes que fueron parte de nuestro aprendizaje.

A los miembros del jurado y asesor por sus aportaciones y observaciones, así como sugerencias, los cuales permitieron mejorar el presente trabajo de investigación.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTOS	2
ÍNDICE GENERAL	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
INDICE DE ANEXOS	7
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1.1. PROBLEMA GENERAL	13
1.1.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS	13
1.2. ANTECEDENTES	13
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	18

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO	19
2.2. MARCO CONCEPTUAL	23
2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	25

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. ZONA DE ESTUDIO	26
3.2. TAMAÑO DE MUESTRA	27

3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS	28
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	30
3.5. MÉTODO O DISEÑO ESTADÍSTICO	31
CAPÍTULO IV	
EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS	
4.1. EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS	32
4.1.1. OG	32
4.1.2. OE1	36
4.1.3. OE2	38
4.1.4. OE3	40
4.2. DISCUSIÓN	43
CONCLUSIONES	45
RECOMENDACIONES	47
BIBLIOGRAFÍA	48
ANEXOS	50

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 01: Gestión de compras	32
Tabla 02: Rentabilidad de los comerciantes	33
Tabla 03: Análisis estadístico de la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes	35
Tabla 04: Planificación de compras	36
Tabla 05: Análisis estadístico de la planificación de compras y la rentabilidad de los comerciantes	37
Tabla 06: Selección de proveedores	38
Tabla 07: Análisis estadístico de la selección de proveedores y la rentabilidad de los comerciantes	40
Tabla 08: Control de inventarios	41
Tabla 09: Análisis estadístico del control de inventarios y la rentabilidad de los comerciantes	42

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 01: Aplicación del cuestionario a un comerciante	54
Figura 02: Aplicación del cuestionario a una comerciante – sección fruta	54
Figura 03: Aplicación del cuestionario a una comerciante – sección plástica	55
Figura 04: Aplicación del cuestionario a una comerciante – sección fruta	55
Figura 05: Instalaciones del mercado unión y dignidad	56
Figura 06: Aplicación del cuestionario a una comerciante – sección verdura	56

INDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 01: Matriz de consistencia	51
Anexo 02: Instrumentos de investigación	52
Anexo 03: Fotografías tomadas en el mercado	53

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo general determinar la relación entre la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo básico, con un diseño no experimental, de corte transversal y nivel correlacional. La población estuvo conformada por 240 comerciantes, de los cuales se seleccionó una muestra de 123 comerciantes mediante muestreo probabilístico, considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 6%. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario estructurado, aplicado para medir la gestión de compras a través de las dimensiones planificación de compras, selección de proveedores y control de inventarios y la rentabilidad. Para el análisis de datos se empleó la estadística descriptiva y el coeficiente Rho de Spearman. Los resultados descriptivos evidenciaron que el 63,41% de los comerciantes presenta un nivel medio de gestión de compras y el 24,39% un nivel alto, mientras que el 68,29% reportó un nivel medio de rentabilidad y solo el 17,07% un nivel alto. En el análisis inferencial, se determinó que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre la gestión de compras y la rentabilidad ($Rho = 0,560$; $p = 0,000$), confirmando la hipótesis de investigación. En conclusión, los resultados evidencian que una gestión de compras desarrollada de manera parcial se asocia con niveles intermedios de rentabilidad; sin embargo, el fortalecimiento de la planificación de compras, la adecuada selección de proveedores y el control eficiente de inventarios contribuyen significativamente a mejorar el desempeño económico y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno.

Palabras clave: Control de inventarios, Gestión de compras, Rentabilidad, Selección de proveedores..

ABSTRACT

The main objective of this study was to determine the relationship between purchasing management and profitability among merchants of the Unión y Dignidad Market in the city of Puno during 2025. The research followed a quantitative approach, basic in nature, with a non-experimental, cross-sectional and correlational design. The population consisted of 240 merchants, from which a sample of 123 merchants was selected using probabilistic sampling, considering a 95% confidence level and a 6% margin of error. Data collection was carried out through a survey, using a structured questionnaire as the instrument to measure purchasing management—through the dimensions of purchase planning, supplier selection and inventory control—and profitability. Descriptive and inferential statistics were applied, using Spearman's Rho correlation coefficient for hypothesis testing. Descriptive results showed that 63.41% of the merchants presented a medium level of purchasing management and 24.39% a high level, while 68.29% reported a medium level of profitability and only 17.07% a high level. Inferential analysis revealed a positive and statistically significant relationship between purchasing management and profitability ($Rho = 0.560$; $p = 0.000$). It is concluded that partially developed purchasing management is associated with intermediate levels of profitability; however, strengthening purchase planning, improving supplier selection and implementing efficient inventory control significantly contribute to enhancing the economic performance and profitability of merchants at the Unión y Dignidad Market in Puno.

Keywords: Purchasing management, Profitability, Purchase planning, Supplier selection, Inventory control.

INTRODUCCIÓN

En el contexto actual del comercio, la gestión de compras constituye un proceso fundamental para la sostenibilidad y competitividad de los negocios, especialmente en los mercados tradicionales, donde los comerciantes dependen en gran medida de una adecuada planificación de adquisiciones, selección de proveedores y control de inventarios para garantizar su rentabilidad. Una gestión de compras eficiente permite optimizar costos, asegurar la disponibilidad oportuna de productos y reducir pérdidas económicas, mientras que una gestión deficiente puede generar sobrecostos, desabastecimientos y bajos márgenes de ganancia, afectando la estabilidad financiera de los negocios.

En los mercados tradicionales, las actividades comerciales suelen desarrollarse bajo prácticas empíricas, con limitada aplicación de herramientas técnicas y administrativas para la toma de decisiones. Esta situación se refleja en una planificación de compras insuficiente, una selección de proveedores basada principalmente en criterios informales y un control de inventarios poco sistematizado, lo que incide directamente en la rentabilidad de los comerciantes. En este sentido, resulta necesario analizar de manera objetiva cómo la gestión de compras influye en el desempeño económico de los negocios, a fin de generar información que permita fortalecer la gestión empresarial en este tipo de contextos.

El Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno constituye un espacio representativo para el estudio de esta problemática, debido a su dinámica comercial permanente y a la diversidad de comerciantes que desarrollan actividades de compra y venta de productos de consumo. Durante el año 2025, se ha evidenciado la necesidad de evaluar las prácticas de gestión de compras desarrolladas por los comerciantes y su relación con la rentabilidad, considerando que el desempeño económico de estos negocios tiene un impacto directo en el sustento familiar y en la economía local.

Por ello, la presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad

de la ciudad de Puno, durante el año 2025. Para el logro de este objetivo, el estudio se estructuró en cuatro capítulos:

- Capítulo I: considera el planteamiento del problema, la formulación del problema, los antecedentes y los objetivos de la investigación.
- Capítulo II: aborda el marco teórico, marco conceptual y las hipótesis del trabajo.
- Capítulo III: presenta la metodología empleada, tomando en cuenta la zona de estudio, población y muestra, métodos y técnicas, operacionalización de variables.
- Capítulo IV: que considera la interpretación y análisis de los resultados obtenidos, la validación de la hipótesis y la discusión de resultados.
- Terminando con las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y los anexos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el escenario actual del comercio, la gestión de compras se ha consolidado como un proceso estratégico fundamental para la sostenibilidad y rentabilidad de los negocios, especialmente en los mercados tradicionales. Una adecuada planificación de compras, una correcta selección de proveedores y un eficiente control de inventarios permiten optimizar costos, asegurar la disponibilidad oportuna de productos y mejorar los márgenes de ganancia. No obstante, diversos estudios evidencian que la ausencia de criterios técnicos en la gestión de compras genera sobrecostos, desabastecimientos, pérdidas por obsolescencia y una disminución de la rentabilidad, afectando la competitividad de los comerciantes.

En el contexto del comercio peruano, una proporción significativa de comerciantes desarrolla sus procesos de compra de manera empírica, sin aplicar herramientas formales de planificación ni mecanismos adecuados de control. Esta situación se refleja en decisiones de compra poco eficientes, selección inadecuada de proveedores y deficiencias en la gestión de inventarios, lo que repercute negativamente en la rentabilidad de los negocios. En muchos casos, se prioriza el precio inmediato por encima de criterios como la calidad, los plazos de entrega o las condiciones comerciales, limitando así la generación de utilidades sostenibles.

En el caso específico del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, se evidencia que un número importante de comerciantes realiza sus compras sin una planificación

previa, adquiere productos sin una evaluación sistemática de proveedores y presenta dificultades en el control de inventarios. Estas prácticas ocasionan quiebres de stock, acumulación de mercadería no rotada y pérdidas económicas, afectando directamente la rentabilidad y la estabilidad financiera de los negocios.

Frente a esta situación, resulta necesario analizar la relación existente entre la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025. De manera específica, se hace pertinente examinar cómo la planificación de compras, la selección de proveedores y el control de inventarios se relacionan con la rentabilidad, con el propósito de generar información relevante que contribuya a mejorar la toma de decisiones comerciales y fortalecer la gestión empresarial de los comerciantes del referido mercado.

1.1.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cómo se relaciona la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025?

1.1.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

¿Cómo se relaciona la planificación de compras y la rentabilidad de los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025?

¿Cómo se relaciona la selección de proveedores y la rentabilidad de los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025?

¿Cómo se relaciona el control de inventarios y la rentabilidad de los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025?

1.2. ANTECEDENTES

ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Manuel & Solis (2025) en su artículo titulado “Gestión de Compras en MiPymes del Cantón Santo Domingo: Análisis Comparativo con Estándares Internacionales”, tuvo como objetivo conocer la brecha de la gestión de compras de MiPymes industriales en relación a los estándares internacionales. La muestra fue de 87 MiPymes industriales, seleccionadas mediante muestreo no probabilístico, la técnica utilizada fue el análisis

documental de registro de empresas y la entrevista estructurada a propietarios y gerentes de copra. Se encontró una brecha promedio del 54 % en el nivel de madurez de la gestión de compras respecto de estándares internacionales. Mayores deficiencias en: Digitalización (75 %), Sostenibilidad (80 %) y Planificación (58 %). Las MiPymes operan con un enfoque reactivo, generando sobrecostos entre 10 % y 15 % en sus presupuestos. Valdiviezo et al. (2023) en su investigación analizaron cómo la gestión de inventarios influye en la rentabilidad operacional de la empresa multiservicios “El Flaco”. El objetivo fue evaluar las prácticas internas de inventario y determinar su efecto en el desempeño económico. La investigación empleó un enfoque mixto, aplicando encuestas al personal y entrevistas al gerente, además de un análisis descriptivo de los procesos de control de stock. Los resultados evidenciaron deficiencias en la codificación de productos, retrasos en el despacho y fallas en el control físico del inventario, factores que generaban costos adicionales y afectaban negativamente la rentabilidad. Se concluye que implementar un manual de procedimientos, mejorar la codificación y establecer controles rigurosos de inventario contribuye directamente a elevar la rentabilidad operacional de la empresa.

Angulo-Murillo et al. (2023), investigaron la incidencia de la gestión de inventario en la rentabilidad del sector farmacéutico de la ciudad de Manta, Ecuador. El estudio tuvo un enfoque cualitativo-cuantitativo, utilizando encuestas y entrevistas para identificar las prácticas de inventario en farmacias locales y medir su impacto en costos y utilidades. Los resultados revelaron ausencia de procesos estandarizados, debilidades en el control interno y falta de seguimiento de rotación de stock, lo que provocaba pérdidas económicas y disminución de la rentabilidad. Se concluyó que la implementación de procedimientos formales, sistemas de control y políticas adecuadas de inventario son esenciales para mejorar la rentabilidad del sector farmacéutico.

ANTECEDENTES NACIONALES

Vega (2021) en su investigación titulada “Implementación del modelo de gestión de compras para incrementar la rentabilidad de la empresa Lalos Huancayo, estableció como objetivo determinar si la implementación de un modelo de gestión de compras

incrementa la rentabilidad de una empresa panificadora. La investigación aplicó un enfoque cuantitativo, descriptivo–correlacional; se usó el método científico, descriptivo-analítico e inductivo–deductivo, con análisis documental de costos y estados financieros antes y después de la implementación. Arribando a los resultados que la implementación del modelo de compras permitió reducir costos de adquisición y mejorar la gestión logística, reflejándose en un incremento significativo de la rentabilidad económica y financiera de la empresa. Concluyendo que la mejora sistemática de la gestión de compras (estandarización de procesos, análisis de proveedores, control de costos) incide positivamente en la rentabilidad empresarial

Seminario (2024), en su investigación titulada “Fuentes de financiamiento y su incidencia en la rentabilidad de los comerciantes de abarrotes del distrito de Jesús, Cajamarca, 2024” establece como objetivo determinar en qué medida las fuentes de financiamiento inciden en la rentabilidad de los comerciantes de abarrotes. La metodología aplicada fue de tipo aplicada, de enfoque cuantitativo y de diseño no experimental, como técnica se aplicó la encuesta a una muestra de 50 comerciantes de abarrotes. Arribando a la conclusión de que ambas variables de estudio mostraron incidencia, entendiendo que los comerciantes al no tener un planeamiento al adquirir financiamiento, pueden verse afectados en su rentabilidad.

Castro (2017), Establece en su investigación titulada “*Gestión de compras para incrementar la rentabilidad en una empresa de alimentos, San Isidro 2017*”, planteando como objetivo estimar la gestión de compras de una empresa de alimentos y proponer mejoras para incrementar su rentabilidad. Con enfoque aplicado, cuantitativo y descriptivo–propositivo; se utilizó análisis documental de estados financieros y entrevistas, complementados con indicadores de compras. Los resultados identificaron deficiencias en los procesos de compras (falta de estándares, poca evaluación de proveedores) que generaban sobrecostos y baja rotación de inventario. Las propuestas de mejora en procesos y políticas de compras se vinculan con un incremento proyectado de la rentabilidad. En Conclusión, se da a conocer que la optimización de la gestión de

compras mediante procedimientos estandarizados, evaluación de proveedores y análisis de costos contribuye a mejorar la rentabilidad empresarial.

Cipriano & Cordero (2025) es su tesis que lleva por título “La gestión de inventarios y rentabilidad en los mayoristas del rubro gaseosas y licores del mercado de productores de Santa Anita, Lima – 2024”, planteó como objetivo determinar en qué medida la gestión de inventarios se relaciona con la rentabilidad de los mayoristas del rubro gaseosas y licores del mercado de Santa Anita. En el aspecto metodológico aplico un enfoque cuantitativo, correlacional, no experimental y de corte transversal, con una muestra de 92 comerciantes mayoristas; se aplicó cuestionario validado y se utilizó la correlación de Spearman. Se obtuvo una correlación positiva alta entre gestión de inventarios y rentabilidad ($Rho = 0,902$; $p = 0,000$), lo que evidencia que una mejor gestión de inventarios (rotación, control de stock) se asocia con mayor rentabilidad operativa. Concluyendo que la gestión de inventarios es un determinante relevante de la rentabilidad en comerciantes mayoristas; los resultados respaldan que el control eficiente de existencias contribuye directamente a la mejora de los indicadores de rentabilidad.

Inga & Nolasco (2024), en su tesis titulada “Gestión de inventarios y su relación con la rentabilidad en la empresa M&N Commerce Group EIRL”, planteó como objetivo determinar si la gestión de inventarios se relaciona significativamente con la rentabilidad de la empresa M&N Commerce Group EIRL. La investigación fue cuantitativa, correlacional, aplicada a una empresa comercial con una muestra de 32 trabajadores; se empleó análisis de indicadores de inventario y rentabilidad y se usan técnicas estadísticas para evaluar la relación. La tesis concluye que existe una relación significativa entre la gestión de inventarios y la rentabilidad; la mejora en políticas de stock y rotación incide positivamente en los márgenes de la empresa. Un sistema de gestión de inventarios adecuado contribuye a optimizar recursos y mejorar la rentabilidad, reforzando la importancia de los procesos de control de inventarios dentro de la gestión de compras.

ANTECEDENTES LOCALES

Mendoza & Vargas (2024), en el trabajo titulado “Gestión de compras y su relación con su rentabilidad de los comerciantes del mercado central Ayaviri 2024” Objetivo: Determinar la relación entre la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Central de Ayaviri, 2024. El estudio fue cuantitativo, correlacional, no experimental y de corte transversal, con una muestra de 108 comerciantes; se evalúan las dimensiones: planificación de compras, selección de proveedores, control de inventarios y rentabilidad económica, financiera y operativa. Los resultados manifestaron que se encontró una relación positiva significativa entre gestión de compras y rentabilidad (Rho de Spearman = 0,550; $p = 0,000$), mostrando que, a mayor nivel de gestión de compras, mayor rentabilidad de los comerciantes. Concluyendo que la gestión de compras (planificación, selección de proveedores y control de inventarios) es un factor clave para mejorar la rentabilidad de los comerciantes de mercados tradicionales de la región Puno.

Blas (2023), en su tesis titulada “Modelo Canvas y su influencia en la rentabilidad de los comerciantes del mercado Bellavista, periodo 2023”, planteó determinar la influencia del modelo Canvas en la rentabilidad de los comerciantes del mercado Bellavista, semestre I – 2023. Metodológicamente estableció una Investigación aplicada, cuantitativa, con diseño cuasi-experimental, evaluando la rentabilidad antes y después de aplicar el modelo Canvas a los comerciantes. Los resultados dieron a conocer que la rentabilidad pasó de 28,45 % en el periodo II-2022 a 30,11 % tras la aplicación del modelo Canvas, evidenciando un incremento atribuible a la intervención en la gestión del negocio, incluyendo aspectos de oferta, clientes y costos. Cuya conclusión dio a conocer que el rediseño del modelo de negocio, que incluye mejoras en la propuesta de valor y en la gestión de recursos clave (compras, inventarios, canales), contribuye a elevar la rentabilidad de los comerciantes de mercados de Puno.

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación de la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Determinar la relación de la planificación de compras y la rentabilidad de los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025.

Determinar la relación de la selección de proveedores y la rentabilidad de los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025.

Determinar la relación del control de inventarios y la rentabilidad de los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO

Gestión de compras

La gestión de compras se inserta dentro de la gestión de aprovisionamiento y de la cadena de suministro, el cual es el proceso mediante el cual una organización adquiere bienes y servicios necesarios para sus operaciones, desarrollando actividades de planificación, selección de proveedores, negociación, recepción y control de materiales.

En el contexto de comerciantes de mercado, la gestión de compras comprende las decisiones diarias sobre qué productos adquirir, en qué cantidad, a quién, con qué condiciones de crédito y con qué frecuencia, buscando maximizar el margen y minimizar el riesgo de quiebre de stock o sobrestock. (Mendoza & Vargas, 2024)

Planificación de Compras

La planificación de compras implica definir qué, cuánto y cuándo comprar, considerando el comportamiento de la demanda, la estacionalidad, la capacidad financiera y las condiciones de los proveedores. En la literatura de pronóstico de demanda se enfatiza que la precisión del pronóstico es crítica para evitar tanto el sobrestock como la falta de productos, y que la precisión se mide mediante indicadores como MAPE y otros errores absolutos. A nivel de inventarios, Waters define el inventario como el conjunto de bienes almacenados en la cadena de suministro, cuya gestión busca equilibrar el nivel de servicio y los costos totales (compra, almacenamiento, faltantes). De este modo, la planificación de compras está directamente ligada a:

- Pronóstico de demanda (precisión del pronóstico).

- Planificación del ciclo de pedido (frecuencia de compra, cantidad económica de pedido).
- Coordinación con el flujo de caja (capacidad financiera del comerciante).

Una planificación deficiente se traduce en quiebres de stock o acumulación de mercadería, lo cual afecta negativamente la rentabilidad, como muestran las investigaciones peruanas sobre gestión de inventarios y rentabilidad (Cipriano & Cordero, 2025).

Selección y evaluación de proveedores

La selección de proveedores constituye otra dimensión central de la gestión de compras. Se define como el proceso mediante el cual la empresa evalúa y escoge a aquellos proveedores que ofrecen el mejor desempeño en términos de calidad, precio, plazos de entrega y servicio, estableciendo condiciones de suministro que resulten favorables para la organización. Dentro del proceso de compras, el comprador debe segmentar los proveedores por categorías de productos, establecer las condiciones de calidad, plazo y precio, desplegar procesos de búsqueda, selección y desarrollo de proveedores, y mantener relaciones eficientes con ellos, de modo que se capture valor desde la relación de suministro hacia la organización (Portal, 2021).

Control de inventarios

El control de inventarios es una función clave dentro de la gestión empresarial e integra el proceso de compras con la administración de existencias. Puede definirse como el conjunto de políticas, normas y procedimientos que permiten mantener un adecuado control de todos los productos, mercaderías y suministros que la empresa tiene como existencias para sus actividades de producción o comercialización, manteniéndolos a niveles deseados por la organización.

Estudios recientes señalan que el control de inventarios implica no solo mantener registros actualizados de los productos almacenados, sino también implementar procedimientos que garanticen la disponibilidad de estos para satisfacer necesidades

operativas y comerciales, buscando un equilibrio entre suministro y demanda (Montserrat & Silva, 2024).

Otro aspecto relevante del control de inventarios es la exactitud de los registros, entendida como el grado de coincidencia entre el inventario físico y el inventario registrado en sistemas o documentos. Investigaciones sobre exactitud de registros de inventario resaltan que el control de inventarios, además de supervisar los bienes, debe asegurar procedimientos que mantengan un equilibrio adecuado entre disponibilidad y registro fiable, de manera que se eviten errores, faltantes no detectados y decisiones incorrectas de reposición (Montserrat & Silva, 2024).

Rentabilidad

La rentabilidad es un concepto central en finanzas y contabilidad, y se refiere a la capacidad de una empresa o negocio para generar beneficios a partir de los recursos que emplea. En términos generales, se entiende como la relación entre los resultados obtenidos (beneficios o utilidades) y los medios utilizados para lograrlos (activos o recursos propios), y se expresa normalmente en forma de porcentaje. La rentabilidad es esencial porque condiciona la supervivencia y el crecimiento del negocio: una empresa que no logra cubrir sus costos y generar un excedente sostenible a lo largo del tiempo, difícilmente podrá mantenerse en el mercado (Hispanamer, 2025).

Desde la perspectiva de análisis financiero, se distinguen al menos tres grandes enfoques: la rentabilidad económica, la rentabilidad financiera y la rentabilidad operativa, cada una asociada a indicadores específicos que permiten evaluar distintos aspectos del desempeño.

Rentabilidad económica

La rentabilidad económica mide el rendimiento que obtiene la empresa a partir del total de activos que utiliza, con independencia de cómo están financiados dichos activos. Se define como la tasa de devolución producida por el beneficio económico antes de intereses e impuestos en relación con el capital total invertido (propio y ajeno), y suele identificarse con el ROA (return on assets). En otras palabras, expresa cuánta ganancia

genera la empresa por cada unidad de activo que controla, constituyendo un indicador de eficiencia en el uso de los recursos (Mallma, 2020).

En el contexto de investigaciones aplicadas, el ROA se interpreta como la rentabilidad operativa del activo y se utiliza para medir la eficacia con la que la empresa transforma la inversión en activos en ganancias, permitiendo conocer las utilidades generadas por cada unidad monetaria invertida en los activos (Mallma, 2020)

Rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera, o ROE (return on equity), relaciona el beneficio neto con los recursos propios invertidos por los propietarios o accionistas. En finanzas se define como la ratio que mide el beneficio obtenido en relación con el capital propio, mostrando el rendimiento del dinero que los dueños han aportado al negocio. La diferencia básica con la rentabilidad económica es que esta última considera todos los recursos (propios y ajenos), mientras que la financiera se centra únicamente en los fondos propios.

Diversas fuentes señalan que la rentabilidad financiera constituye un test de rendimiento para el accionista o propietario, ya que incorpora en su cálculo los fondos propios y permite valorar si el negocio compensa el riesgo asumido por el dueño.(Chura, 2025)

Rentabilidad operativa

La rentabilidad operativa según Coyla & Mazco (2024) se refiere a la capacidad del negocio para generar utilidades a partir de su actividad ordinaria, antes de considerar efectos financieros o impuestos. En la práctica se mide mediante el margen operativo, que se calcula como la utilidad operativa dividida entre las ventas; este indicador muestra qué proporción de las ventas queda como resultado después de cubrir los costos y gastos de operación.

En estudios de gestión, este margen se utiliza para evaluar la eficiencia de las operaciones, la estructura de costos y la política de precios.

Además del margen operativo, suelen emplearse otros indicadores como el margen neto (utilidad neta / ventas) y el análisis de los márgenes de utilidad en función de los costos

de operación, que permiten medir la capacidad de la empresa para convertir ventas en beneficios después de cubrir todos los egresos.

En negocios comerciales, estos márgenes están directamente influidos por la gestión de compras y de inventarios, ya que el costo de ventas y los costos operativos dependen de las decisiones de abastecimiento y control de existencias.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Control de inventarios

Se refiere al conjunto de procedimientos que permiten registrar, supervisar y ajustar los niveles de existencias, para asegurar que los productos estén disponibles cuando se necesitan, con costos de almacenamiento mínimos. Incluye el registro de entradas y salidas, conteos físicos, análisis de rotación y definición de puntos de pedido.(Angulo-Murillo et al., 2023)

Gestión de compras

La gestión de compras es el conjunto de actividades y decisiones orientadas a abastecer al negocio de los bienes necesarios para su funcionamiento y venta, en la cantidad, calidad, momento y costo adecuados, contribuyendo al logro de los objetivos económicos del comerciante. Incluye la planificación de las necesidades de compra, la selección y evaluación de proveedores, la negociación de condiciones y el control de los inventarios adquiridos (Paredes, 2024)

Planificación de compras

Se entiende como el proceso mediante el cual el comerciante define qué productos comprar, en qué cantidades y en qué momentos, a partir del análisis de la demanda (histórica y esperada), la estacionalidad, la disponibilidad financiera y la capacidad de almacenamiento. Una buena planificación implica elaborar estimaciones relativamente precisas de la demanda (precisión del pronóstico), establecer políticas de stock mínimo y máximo y programar pedidos con anticipación para evitar quiebres de stock o excesos de inventario.(Portal, 2021)

Rentabilidad

La rentabilidad se define como la capacidad de un negocio para generar utilidades en relación con los recursos invertidos. En comerciantes de mercados, la rentabilidad refleja si el negocio compensa adecuadamente el capital invertido, el esfuerzo y el riesgo asumido. (Pascual, 2025)

Rentabilidad económica

Mide la eficiencia del negocio para generar beneficios a partir del total de recursos (activos) empleados. Usualmente se expresa como ROA o como margen económico sobre ventas. Un mayor nivel indica mejor uso de los recursos disponibles. (Castillo & Condorcallo, 2023)

Rentabilidad financiera

Refleja el rendimiento para el propietario o socio del negocio, es decir, cuánto ganan en relación con su capital invertido (ROE). Un mayor ROE indica que el negocio compensa mejor el capital aportado, aunque también depende del nivel de endeudamiento. (Pascual, 2025)

Rentabilidad operativa

Se refiere a la eficiencia de las operaciones del negocio —compras, almacenamiento, ventas— para generar resultados positivos. Se relaciona con márgenes operativos (margen operativo sobre ventas) y con indicadores de eficiencia como la rotación de inventarios, el nivel de gastos operativos y la productividad de las ventas. (Pascual, 2025)

Selección de proveedores

Es el proceso sistemático de evaluar, elegir y reevaluar a quienes abastecen al comerciante, tomando en cuenta aspectos como precio, calidad de los productos, tiempos de entrega (lead time), condiciones de pago, confiabilidad y servicio postventa. Una adecuada selección de proveedores disminuye el riesgo de desabastecimiento, reduce costos de adquisición y mejora la calidad, contribuyendo a la rentabilidad. (OSCE, 2025)

2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

HIPÓTESIS GENERAL

La gestión de compras se relaciona significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025.

HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

La planificación de compras se relaciona significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025.

La selección de proveedores se relaciona significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025.

El control de inventarios se relaciona significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. ZONA DE ESTUDIO

La investigación se realizó en el Mercado Unión y Dignidad, ubicado en la ciudad de Puno, departamento de Puno, Perú. El mercado se localiza en el área urbana de la ciudad, aproximadamente en las coordenadas latitud 15°50'15" S y longitud 70°01'18" O, a una altitud promedio de 3 827 m s. n. m. Forma parte del sistema de mercados tradicionales que abastecen a la población local, concentrando comerciantes con puestos fijos dedicados a la venta de diversos productos de consumo.

La accesibilidad, dinámica comercial permanente y concentración de comerciantes hacen de este mercado un espacio adecuado; la selección de esta zona de estudio responde a su relevancia económica y social dentro de la ciudad de Puno, así como a la accesibilidad para la recolección de información y la disposición de los comerciantes para participar en el estudio. En ese sentido, el mercado ofrece condiciones adecuadas para evaluar las prácticas de gestión de compras desarrolladas en un contexto real durante el año 2025.

Por lo expuesto, el Mercado Unión y Dignidad representa un espacio idóneo para analizar la relación entre la gestión de compras —considerando la planificación de compras, la selección de proveedores y el control de inventarios— y la rentabilidad de los comerciantes, permitiendo obtener resultados que reflejen la realidad comercial del mercado en el periodo de estudio.



Figura 01: Zona de estudio - Mercado Unión y Dignidad

3.2. TAMAÑO DE MUESTRA

Población

La población de estudio estuvo conformada por la totalidad de comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, registrándose un total de 240 comerciantes esto según Flores (2024). Esta población incluye a los comerciantes con puesto fijo que realizan actividades de compra, selección de proveedores y manejo de inventarios, aspectos vinculados a la rentabilidad de sus negocios y que es necesario analizar para el presente trabajo de investigación.

Muestra

La selección de la muestra se realizó mediante muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple, dado que todos los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno contaron con la misma probabilidad de ser seleccionados. Para ello, se utilizó como marco muestral el padrón actualizado de 240 comerciantes registrados en el mercado.

Para ello se aplicó la siguiente fórmula:

$$\eta = \frac{z^2 x \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2 (N - 1) + z^2 x \cdot N \cdot p \cdot q}$$

Datos:

- N = 240
- Z = 1.95
- p = 0.5
- p = 0.5
- i = 0.06

Una vez determinado el tamaño de muestra de 123 comerciantes, considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 6%, se procedió a asignar un número correlativo a cada comerciante del padrón. Posteriormente, la selección de los participantes se efectuó de manera aleatoria, empleando un procedimiento de selección al azar, garantizando así la representatividad de la muestra y reduciendo posibles sesgos en la investigación.

Este procedimiento permitió que la muestra seleccionada refleje adecuadamente las características de la población de estudio, asegurando la validez de los resultados obtenidos sobre la relación entre la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno.

3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, debido a que se orientó a la medición y análisis de variables a través de datos numéricos, permitiendo identificar la relación existente entre la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025.

El tipo de investigación fue básica, ya que tuvo como finalidad generar conocimiento científico y ampliar la comprensión teórica sobre la relación entre la gestión de compras y

la rentabilidad, sin pretender la aplicación inmediata de los resultados en la solución directa de un problema práctico.

En cuanto al nivel de investigación, fue descriptivo correlacional, debido a que permitió describir las características de la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes, así como establecer el grado de relación existente entre ambas variables y sus dimensiones, sin manipularlas deliberadamente.

El diseño de investigación fue no experimental, dado que las variables no fueron manipuladas, sino observadas tal como se presentan en su contexto natural, recolectándose la información en un solo momento del tiempo, correspondiente al periodo de estudio 2025.

Técnica e instrumento

Respecto a la técnica de recolección de datos, se empleó la encuesta, por ser un procedimiento adecuado para obtener información directa de los comerciantes sobre sus prácticas de gestión de compras y los resultados económicos de sus negocios. Esta técnica permitió recopilar datos de manera sistemática y uniforme, garantizando la confiabilidad de la información obtenida.

El instrumento utilizado fue el cuestionario, el cual estuvo estructurado con preguntas cerradas, organizadas de acuerdo con las variables y dimensiones del estudio. El cuestionario fue diseñado por Mendoza & Vargas (2024) el cual fue validado en su oportunidad, este instrumento fue usado para medir la planificación de compras, la selección de proveedores, el control de inventarios y la rentabilidad, y fue aplicado a los comerciantes seleccionados en la muestra, asegurando la objetividad y consistencia de los datos recolectados.

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Dimensión	Indicador	Items	Escala de Medición	Niveles y rango
Gestión de compras	Planificación de compras	• Precisión del pronóstico de demanda	1, 2, 3, 4	(1) Nunca	Alto (45-60)
		• Tiempo de ciclo de planificación		(2) Raramente (3) A veces (4) Frecuentemente	Medio (29-44) Bajo (12-28)
	Selección de proveedores	• Tiempo de entrega del proveedor • Calidad de los productos suministrados	5, 6, 7, 8	(5) Siempre	
Rentabilidad	Control de inventarios	• Rotación de inventario • Exactitud del inventario	9, 10, 11, 12		
	Rentabilidad económica	• Rendimiento sobre el activo	13, 14, 15, 16	(1) Nunca	Alto (45-60)
	Rentabilidad financiera	• Rentabilidad de operación sobre las ventas		(2) Raramente (3) A veces (4) Frecuentemente (5) Siempre	Medio (29-44) Bajo (12-28)
		• Rentabilidad del patrimonio	17, 18, 19, 20		
		• Margen de utilidad neta			
Rentabilidad operativa	• Margen operativo • Eficiencia operativa	21, 22, 23, 24			

3.5. MÉTODO O DISEÑO ESTADÍSTICO

Para el procesamiento y análisis de la información recolectada se empleó la estadística descriptiva e inferencial. La estadística descriptiva permitió organizar, resumir y presentar los datos obtenidos mediante tablas de frecuencia y porcentajes, facilitando la descripción de las características de la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025.

Asimismo, se utilizó la estadística inferencial con la finalidad de contrastar las hipótesis planteadas y determinar la relación existente entre las variables de estudio. Para ello, se aplicó el coeficiente de correlación Rho de Spearman, debido a que las variables fueron medidas en escala ordinal y no se asumió la normalidad de los datos. Este estadístico permitió identificar el grado y sentido de la relación entre la gestión de compras y la rentabilidad, así como entre cada una de sus dimensiones: planificación de compras, selección de proveedores y control de inventarios.

El nivel de significancia considerado para el análisis fue del 5% ($\alpha = 0,05$), criterio que permitió establecer la aceptación o rechazo de las hipótesis formuladas. El procesamiento de los datos se realizó mediante el uso de un software estadístico, garantizando la precisión, confiabilidad y validez de los resultados obtenidos.

CAPÍTULO IV

EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. EXPOSICION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

4.1.1. OG

Determinar la relación de la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025.

Para poder lograr el objetivo planteado se ha efectuado en análisis descriptivo de las variables siguientes:

Análisis e interpretación de las variables de estudio.

Tabla 01: Gestión de compras

Categoría	Frecuencia	Porcentaje%
Alto	30	24.39
Medio	78	63.41
Bajo	15	12.20
Total	123	100.0

La Tabla 01, llega a mostrar los resultados correspondientes a la variable gestión de compras en los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025. Del total de 123 comerciantes encuestados, la mayoría, representada por 78 comerciantes que en términos de porcentaje representa el 63,41%, percibe que la gestión de compras se encuentra en un nivel medio, lo que indica que las

prácticas relacionadas con la planificación de compras, la selección de proveedores y el control de inventarios se realizan de manera parcial o con ciertas limitaciones.

Por otro lado, 30 comerciantes, que representan el 24,39%, consideran que la gestión de compras se desarrolla en un nivel alto, evidenciando que un grupo menor aplica de manera adecuada procedimientos de compra que contribuyen a optimizar costos y mejorar el desempeño comercial. En contraste, 15 comerciantes, equivalentes al 12,20%, señalan que la gestión de compras se encuentra en un nivel bajo, reflejando deficiencias significativas en la organización de las compras y el manejo de inventarios.

En conjunto, los resultados evidencian que, si bien existe un grupo de comerciantes con una gestión de compras adecuada, predomina un nivel medio, lo cual sugiere la necesidad de fortalecer las prácticas de gestión de compras para mejorar la eficiencia y la rentabilidad de los comerciantes del mercado.

Tabla 02: Rentabilidad de los comerciantes

	Frecuencia	Porcentaje
Alto	21	17.07%
Medio	84	68.29%
Bajo	18	14.63%
Total	123	100.0%

La Tabla 02, evidencia con sus resultados correspondientes a la variable rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025. Del total de 123 comerciantes encuestados, la mayoría, representada por 84 comerciantes que se encuentra equivalente al 68,29%, percibe que su nivel de rentabilidad es medio, lo que indica que los ingresos obtenidos permiten cubrir los costos de operación, pero no generan utilidades significativas ni un crecimiento sostenido del negocio.

Asimismo, 21 comerciantes, equivalentes al 17,07%, manifiestan presentar un nivel alto de rentabilidad, evidenciando que solo una minoría logra obtener mayores márgenes de ganancia y un mejor desempeño económico. Por otro lado, 18 comerciantes, que representan el 14,63%, señalan que su rentabilidad es baja, reflejando dificultades para generar utilidades suficientes y posibles problemas en la gestión financiera y operativa.

En conjunto, los resultados muestran que predomina un nivel medio de rentabilidad entre los comerciantes del mercado, lo que sugiere la necesidad de fortalecer aspectos relacionados con la gestión de compras y otros procesos administrativos, con el fin de mejorar los resultados económicos y la sostenibilidad de los negocios.

Resultados para la hipótesis general

Se ha tenido como hipótesis planteadas las siguientes:

H0: La gestión de compras no se relaciona significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025

H1: La gestión de compras se relaciona significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025

Tabla 03: Análisis estadístico de la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes

		Gestión de compras	Rentabilidad
	Gestión de compras	Coefficiente de correlación	1,000 ,560**
Rho de		Sig. (bilateral)	. ,000
Spearman		N	123 123
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,560** 1,000
		Sig. (bilateral)	,000 .
		N	123 123

** . La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

La Tabla 03 presenta el análisis inferencial mediante el coeficiente Rho de Spearman, aplicado para determinar la relación entre la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, en el año 2025. Los resultados muestran un coeficiente de correlación de 0,560, lo que evidencia una relación positiva de magnitud moderada; es decir, a medida que mejora la gestión de compras, también tiende a incrementarse la rentabilidad de los comerciantes.

Asimismo, el valor de significancia bilateral es 0,000, el cual es menor al nivel de significancia de 0,05, indicando que la relación encontrada es estadísticamente significativa. En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, concluyendo que existe una relación significativa entre la gestión de compras y la rentabilidad.

4.1.2. OE1

Determinar la relación de la planificación de compras y la rentabilidad de los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025.

Para poder lograr el objetivo planteado se ha efectuado un análisis descriptivo.

Análisis e interpretación de la dimensión planificación de compras.

Tabla 04: Planificación de compras

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Alto	40	32.52%
Medio	64	52.03%
Bajo	19	15.45%
Total	123	100.0%

La Tabla 04 presenta los resultados correspondientes a la dimensión planificación de compras en los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025. Del total de 123 comerciantes encuestados, la mayoría, representada por 64 comerciantes los cuales representan el 52,03%, ubicándose en un nivel medio de planificación de compras, lo que indica que las decisiones de adquisición de productos se realizan con cierta previsión, aunque sin una programación sistemática ni el uso constante de herramientas formales de planificación.

Asimismo, 40 comerciantes, equivalentes al 32,52%, presentan un nivel alto de planificación de compras, evidenciando que una parte significativa de los comerciantes organiza adecuadamente sus compras, considerando aspectos como la demanda, la rotación de productos y la disponibilidad de recursos. Por otro lado, 19 comerciantes, que representan el 15,45%, se encuentran en un nivel bajo, lo que refleja deficiencias en la programación de compras y una mayor probabilidad de enfrentar desabastecimientos o sobreacumulación de mercadería.

En conjunto, los resultados muestran que predomina un nivel medio de planificación de compras, lo que sugiere la necesidad de fortalecer este proceso para optimizar la gestión de compras y contribuir a mejorar la rentabilidad de los comerciantes del mercado.

Resultados para la hipótesis específica 1

Se ha tenido como hipótesis planteadas las siguientes:

H0: La planificación de compras no se relaciona significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025

H1: La planificación de compras se relaciona significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025

Tabla 05: Análisis estadístico de la planificación de compras y la rentabilidad de los comerciantes

		Planificación de compras	Rentabilidad
	Planificación de compras	Coeficiente de correlación	1,000
			,597**
Rho de Spearman		Sig. (bilateral)	.
		N	,000
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	123
			123
		Sig. (bilateral)	,597**
		N	1,000
			,000
			.
			123
			123

** La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

La tabla presenta los resultados del análisis inferencial realizado mediante el coeficiente Rho de Spearman, con el objetivo de determinar la relación entre la planificación de compras y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025. Los resultados muestran un coeficiente de correlación de 0,597, lo que indica la existencia de una relación positiva de magnitud moderada a

considerable entre ambas variables; es decir, a medida que mejora la planificación de compras, la rentabilidad de los comerciantes tiende a incrementarse.

Asimismo, el valor de significancia bilateral obtenido es 0,000, el cual es menor al nivel de significancia de 0,05, evidenciando que la relación encontrada es estadísticamente significativa. En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, confirmándose que existe una relación significativa entre la planificación de compras y la rentabilidad.

4.1.3. OE2

Determinar la relación de la selección de proveedores y la rentabilidad de los comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025.

Para poder lograr el objetivo planteado se ha efectuado un análisis descriptivo.

Análisis e interpretación de la dimensión selección de proveedores.

Tabla 06: Selección de proveedores

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Alto	28	22.76%
Medio	72	58.54%
Bajo	23	18.70%
Total	123	100.0%

La Tabla 06 presenta los resultados correspondientes a la dimensión selección de proveedores en los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025. Del total de 123 comerciantes encuestados, la mayoría, representada por 72 comerciantes (58,54%), se ubica en un nivel medio de selección de proveedores, lo que indica que los comerciantes consideran algunos criterios básicos al elegir a sus proveedores, como el precio y la disponibilidad de los productos, aunque sin aplicar evaluaciones sistemáticas ni comparaciones formales.

Asimismo, 28 comerciantes, equivalentes al 22,76%, presentan un nivel alto en la selección de proveedores, evidenciando que una proporción menor aplica criterios más rigurosos, tales como calidad del producto, cumplimiento de plazos de entrega y condiciones comerciales. Por otro lado, 23 comerciantes, que representan el 18,70%, se encuentran en un nivel bajo, lo que refleja deficiencias en la evaluación de proveedores y una mayor dependencia de decisiones empíricas.

En conjunto, los resultados muestran que predomina un nivel medio en la selección de proveedores, lo que sugiere la necesidad de fortalecer este proceso mediante la aplicación de criterios técnicos que contribuyan a mejorar la eficiencia en las compras y, en consecuencia, la rentabilidad de los comerciantes del mercado.

Resultados para la hipótesis específica 2

Se ha tenido como hipótesis planteadas las siguientes:

H0: La selección de proveedores no se relaciona significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025

H1: La selección de proveedores se relaciona significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025

Tabla 07: Análisis estadístico de la selección de proveedores y la rentabilidad de los comerciantes

		Selección de proveedores	Rentabilidad
	Selección de proveedores	Coeficiente de correlación	1,000 ,522**
Rho de		Sig. (bilateral)	. ,000
Spearman		N	123 123
	Rentabilidad	Coeficiente de correlación	,522** 1,000
		Sig. (bilateral)	,000 .
		N	123 123

** . La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

La Tabla 07 presenta los resultados del análisis inferencial realizado mediante el coeficiente Rho de Spearman, con el propósito de determinar la relación entre la selección de proveedores y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025. Los resultados evidencian un coeficiente de correlación de 0,522, lo que indica la existencia de una relación positiva de magnitud moderada entre ambas variables; es decir, una mejor selección de proveedores se asocia con un mayor nivel de rentabilidad en los comerciantes.

Asimismo, el valor de significancia bilateral obtenido es 0,000, el cual es menor al nivel de significancia de 0,05, demostrando que la relación encontrada es estadísticamente significativa. En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, confirmándose que existe una relación significativa entre la selección de proveedores y la rentabilidad.

4.1.4. OE3

Determinar la relación del control de inventarios y la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025.

Para poder lograr el objetivo planteado se ha efectuado en análisis descriptivo.

Análisis e interpretación de la dimensión control de inventarios.

Tabla 08: Control de inventarios

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Alto	32	26.02%
Medio	67	54.47%
Bajo	24	19.51%
Total	123	100.0%

La Tabla 08 presenta los resultados correspondientes a la dimensión control de inventarios en los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025. Del total de 123 comerciantes encuestados, la mayoría, representada por 67 comerciantes que equivale al 54,47%, se ubica en un nivel medio de control de inventarios, lo que indica que los comerciantes realizan un seguimiento básico de sus existencias, aunque sin aplicar registros sistemáticos ni métodos formales de control.

Asimismo, 32 comerciantes, equivalentes al 26,02%, presentan un nivel alto de control de inventarios, evidenciando que una parte de los comerciantes lleva un manejo más organizado de sus productos, considerando la rotación, el registro de ingresos y salidas y la reposición oportuna. Por otro lado, 24 comerciantes, que representan el 19,51%, se encuentran en un nivel bajo, reflejando deficiencias en el control de existencias, lo que puede generar pérdidas por deterioro, quiebres de stock o sobreacumulación de mercadería.

En conjunto, los resultados muestran que predomina un nivel medio de control de inventarios, lo que sugiere la necesidad de fortalecer este proceso para mejorar la eficiencia en la gestión de compras y contribuir al incremento de la rentabilidad de los comerciantes del mercado.

Resultados para la hipótesis específica 3

Se ha tenido como hipótesis planteadas las siguientes:

H0: El control de inventarios no se relaciona significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025

H1: El control de inventarios se relaciona significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025

Tabla 09. Análisis estadístico del control de inventarios y la rentabilidad de los comerciantes

		Control de inventarios	Rentabilidad
	Control de inventarios	Coficiente de correlación	1,000
Rho de Spearman		Sig. (bilateral)	,498**
		N	,000
	Rentabilidad	Coficiente de correlación	123
		Sig. (bilateral)	,498**
		N	,000
			123

** . La correlación es significativa en el nivel 0,00 (bilateral).

La Tabla 09 presenta los resultados del análisis inferencial realizado mediante el coeficiente Rho de Spearman, con la finalidad de determinar la relación entre el control de inventarios y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025. Los resultados evidencian un coeficiente de correlación de 0,498, lo que indica la existencia de una relación positiva de magnitud moderada entre ambas variables; es decir, a medida que mejora el control de inventarios, la rentabilidad de los comerciantes tiende a incrementarse.

Asimismo, el valor de significancia bilateral obtenido es 0,000, el cual es menor al nivel de significancia de 0,05, demostrando que la relación encontrada es estadísticamente

significativa. En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, confirmándose que existe una relación significativa entre el control de inventarios y la rentabilidad.

4.2. DISCUSIÓN

Respecto al análisis inferencial mediante el coeficiente Rho de Spearman, aplicado para determinar la relación entre la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, en el año 2025. Los resultados muestran un coeficiente de correlación de 0,560, lo que evidencia una relación positiva de magnitud moderada; es decir, a medida que mejora la gestión de compras, también tiende a incrementarse la rentabilidad de los comerciantes. Siendo dichos resultados similares a los encontrados por Mendoza & Vargas (2024), donde obtuvieron un Rho de Spearman de 0.550, mostrando que, a mayor nivel de gestión de compras, mayor rentabilidad de los comerciantes.

Por otro lado, respecto a determinar la relación entre la planificación de compras y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025. Los resultados muestran un coeficiente de correlación de 0,597, lo que indica la existencia de una relación positiva de magnitud moderada a considerable entre ambas variables; es decir, a medida que mejora la planificación de compras, la rentabilidad de los comerciantes tiende a incrementarse. Siendo dicha situación similar a la encontrada por Vega (2021); donde en su trabajo encontró que la mejora sistemática de la gestión de compras (estandarización de procesos, planificación de compras, análisis de proveedores, control de costos) incide positivamente en la rentabilidad empresarial.

Por su parte, de los resultados correspondientes a la dimensión selección de proveedores en los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025, se tuvo que la mayoría, representada por 72 comerciantes que equivale al 58,54%, se ubica en un nivel medio de selección de proveedores, lo que indica que los comerciantes consideran algunos criterios básicos al elegir a sus proveedores, como el precio y la disponibilidad de los productos, aunque sin aplicar evaluaciones sistemáticas

ni comparaciones formales. Estos hallazgos son similares a los presentados por Mendoza & Vargas (2024), quienes obtuvieron como resultados importantes que la selección de proveedores es entre otro uno de los factores claves para mejorar la rentabilidad de los comerciantes.

Como último punto se tiene que en relación al control de inventarios y su relación con la rentabilidad de los comerciantes del total de 123 comerciantes encuestados, la mayoría, representada por 67 comerciantes que equivale al 54,47%, se ubica en un nivel medio de control de inventarios, lo que indica que los comerciantes realizan un seguimiento básico de sus existencias, aunque sin aplicar registros sistemáticos ni métodos formales de control, lo que concuerda con lo señalado por Angulo-Murillo et al. (2023), quienes concluyeron que las políticas adecuadas de inventarios son esenciales para mejorar la rentabilidad del sector farmacéutico, lo que también ayuda en el presente caso.

CONCLUSIONES

PRIMERA: Se concluye que la gestión de compras se relaciona de manera positiva y estadísticamente significativa con la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025. Este resultado se sustenta en el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,560, con un nivel de significancia de $p = 0,000$. Asimismo, el análisis descriptivo evidenció que el 63,41% de los comerciantes presenta un nivel medio de gestión de compras y el 24,39% un nivel alto, mientras que el 68,29% de los comerciantes reportó un nivel medio de rentabilidad y solo el 17,07% un nivel alto. Estos resultados indican que la predominancia de una gestión de compras parcialmente desarrollada se asocia con niveles intermedios de rentabilidad, evidenciando que la mejora integral de la gestión de compras puede contribuir a incrementar los resultados económicos de los comerciantes.

Segunda: Se concluye que la planificación de compras se relaciona de forma positiva y estadísticamente significativa con la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, en el año 2025. El análisis inferencial mostró un coeficiente Rho de Spearman de 0,597 y un valor de significancia de $p = 0,000$. En el análisis descriptivo, el 52,03% de los comerciantes se ubicó en un nivel medio de planificación de compras y el 32,52% en un nivel alto, mientras que el 68,29% presentó una rentabilidad media. Estos resultados evidencian que una mayor previsión y organización en la planificación de compras se asocia con mejores niveles de rentabilidad, al reducir compras innecesarias y mejorar el uso de los recursos económicos.

Tercera: Se concluye que la selección de proveedores mantiene una relación positiva y estadísticamente significativa con la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025. Este resultado se respalda en el coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,522, con un nivel de significancia de $p = 0,000$. Los resultados descriptivos mostraron que el 58,54% de los comerciantes presenta un nivel medio de selección de proveedores, el 22,76% un nivel alto y el 18,70% un nivel bajo. Estos porcentajes reflejan que la aplicación limitada de criterios técnicos en la selección de proveedores se asocia con niveles intermedios de rentabilidad, mientras que una selección más rigurosa contribuye a mejorar las condiciones de compra y los márgenes de ganancia.

Cuarta: Se concluye que el control de inventarios se relaciona de manera positiva y estadísticamente significativa con la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno, durante el año 2025. El coeficiente Rho de Spearman obtenido fue de 0,498, con un valor de significancia de $p = 0,000$. Asimismo, el análisis descriptivo evidenció que el 54,47% de los comerciantes presenta un nivel medio de control de inventarios, el 26,02% un nivel alto y el 19,51% un nivel bajo. Estos resultados indican que la falta de un control sistemático de inventarios limita el incremento de la rentabilidad, mientras que una mejor gestión de existencias contribuye a reducir pérdidas y mejorar el desempeño económico de los comerciantes.

RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda a la administración del Mercado Unión y Dignidad, en coordinación con la Municipalidad Provincial de Puno, promover programas de capacitación dirigidos a los comerciantes orientados al fortalecimiento integral de la gestión de compras, considerando la planificación de compras, la selección de proveedores y el control de inventarios, con el fin de mejorar la eficiencia operativa y elevar los niveles de rentabilidad.

Segunda: Se recomienda a los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad implementar prácticas formales de planificación de compras, tales como la elaboración de cronogramas de adquisición, proyecciones de demanda y análisis de rotación de productos, a fin de reducir compras innecesarias y optimizar el uso de recursos económicos.

Tercera: Se recomienda a los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad establecer criterios técnicos para la selección de proveedores, tales como evaluación de precios, calidad de productos, cumplimiento en los plazos de entrega y condiciones comerciales, así como comparar periódicamente alternativas de abastecimiento, con el propósito de mejorar las condiciones de compra y fortalecer la rentabilidad.

Cuarta: Se recomienda a los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad fortalecer el control de inventarios mediante el uso de registros sistemáticos de entradas y salidas, control de stock mínimo, conteos periódicos y seguimiento de la rotación de productos, con el fin de reducir pérdidas por deterioro o sobreacumulación de mercadería y mejorar la rentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Angulo-Murillo, N., Zambrano-zambrano, M., & Sánchez, A. (2023). Gestión De Inventario Para Mejorar La Rentabilidad Del Sector Farmacéutico En La Ciudad De Manta. *Núm, 6*, 2–12.
- Blas, M. (2023). Modelo Canvas y su influencia en la rentabilidad de los comerciantes del mercado Bellavista, periodo 2023. *Universidad Privada San Carlos-Puno*. Universidad Privada San Carlos.
- Castillo Rivas de Rodriguez, K. M., & Condorcillo Cama, J. S. (2023). *La gestión financiera y su incidencia en la rentabilidad en las empresas de servicios , Lima 2022*.
- Castro, Y. (2017). *Gestión de compras para incrementar la rentabilidad en una empresa de alimentos, San Isidro 2017*. Universidad Norbert Wiener.
- Chura Chura, V. (2025). *Gestión financiera y la rentabilidad de la empresa regional de servicio público de electricidad ELECTROPUNO SAA*.
- Cipriano, Y., & Cordero, A. (2025). *La gestión de inventarios y rentabilidad en los mayoristas del rubro gaseosas y licores del mercado de productores de Santa Anita, Lima 2024*. Universidad San Ignacio del Loyola.
- Coyla Lizarraga, K. C., & Mazco Velasquez, G. M. (2024). *Gestión financiera y rentabilidad en empresas comerciales Puno, 2024*.
- Flores Ampuero, A. J. (2024). *Manejo sostenible de residuos sólidos degradables y no degradables para una correcta sostenibilidad ambiental del mercado Unión y Dignidad Puno, 2024*.
- Hispaner. (2025). *Rentabilidad: Concepto Clave para Evaluar el Éxito Financiero*.
- Inga, A., & Nolasco, N. (2024). *Gestión de inventarios y su relación con la rentabilidad de la empresa M&N Commerce Group EIRL*.
- Mallma, S. (2020). La importación de prendas de vestir y su relación con la rentabilidad de la empresa moda 5 cusco, periodo 2019. *Universidad Privada Telesup*.
- Manuel, C., & Solis, L. (2025). *Gestión de Compras en MiPymes del Cantón Santo*

- Domingo: Análisis Comparativo con Estándares Internacionales. *Polo Del Conocimiento*, 10(11), 2217–2232. <https://doi.org/10.23857/pc.v10i11.10757>
- Mendoza, D., & Vargas, W. (2024). *Gestión de compras y su relación con la rentabilidad de los comerciantes del mercado central Ayaviri 2024*. Universidad Autónoma de Ica.
- Mendoza Mamani, D. D., & Vargas Recharte, W. E. (2024). *Gestión de compras y su relación con la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Central de Ayaviri, 2024*.
- Montserrat, K., & Silva, J. (2024). Precisión de los registros de inventario y la administración de bodega de la ferretería y automotriz Plúa. *Ciencia y Desarrollo. Universidad Alas Peruanas*, 27, 375–387.
- OSCE. (2025). *Decálogo del buen proveedor del estado*.
- Paredes Perez, M. R. L. (2024). Educación tributaria y cumplimiento tributario en los comerciantes de los mercados de abasto de Chimbote 2024. Un Proceso de gestión de compras de la empresa Cencosud S.A. *Metro* (Vol. 1). <https://usil.edu.pe/pregrado/facultad-ciencias-empresariales>
- Pascual Diaz, A. X. (2025). *Gestión financiera y la rentabilidad de pequeños ganaderos de MINKA*.
- Portal, C. (2021). *Gestión de compras*. Gestipolis.
- Seminario, C. (2024). *Fuentes de financiamiento y su incidencia en la rentabilidad de los comerciantes de abarrotes del distrito de Jesús, Cajamarca, 2024*. Universidad Cesar Vallejo.
- Valdiviezo, M., Posligua, G., Chalá, J., Nicolalde, E., & Cevallos, M. (2023). Gestión de inventarios y su efecto en la rentabilidad operacional de la empresa multiservicios “El Flaco.” *Revista Científica Multidisciplinar G-Ner@ndo*, 4, 642–674.
- Vega, J. (2021). Implementación del modelo de gestión de compras para incrementar la rentabilidad de la empresa Lalo’s Huancayo. *Universidad Nacional Del Centro Del Perú*. Universidad Nacional Del Centro Del Perú.

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

TÍTULO. GESTIÓN DE COMPRAS Y SU RELACIÓN CON SU RENTABILIDAD DE LOS COMERCIANTES DEL MERCADO UNIÓN Y DIGNIDAD DE LA CIUDAD DE PUNO, 2025

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cómo se relaciona la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS ¿Cómo se relaciona la planificación de compras y la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025?</p> <p>¿Cómo se relaciona la selección de proveedores y la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025?</p> <p>¿Cómo se relaciona el control de inventarios y la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar la relación de la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS Determinar la relación de la planificación de compras y la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025</p> <p>Determinar la relación de la selección de proveedores y la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025</p> <p>Determinar la relación del control de inventarios y la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL La gestión de compras se relaciona significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS La planificación de compras se relaciona significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025</p> <p>La selección de proveedores se relaciona significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025</p> <p>El control de inventarios se relaciona significativamente con la rentabilidad de los comerciantes del mercado unión y Dignidad de la ciudad de Puno, 2025</p>	<p>Variable Independiente: Gestión de compras</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Planificación de compras Selección de proveedores Control de inventarios <p>Variable Dependiente: Rentabilidad</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Rentabilidad económica Rentabilidad financiera Rentabilidad operativa 	<p>Tipo de investigación: Básica</p> <p>Nivel de Investigación: Descriptivo correlacional</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Población: Comerciantes del mercado Unión y Dignidad de la ciudad de Puno siendo 240 comerciantes.</p> <p>Muestra: 123 comerciantes del mercado Unión y dignidad de la ciudad de Puno</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p>

Anexo 02: Instrumentos de investigación

El presente instrumento de investigación tiene el propósito de recolectar información sobre gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del Mercado Unión y Dignidad de la Ciudad de Puno, dicha información será confidencial y con el único propósito de realizar una investigación académica

A continuación, se da a conocer una serie de interrogantes en base a la investigación que se presenta. Por favor lea atentamente cada ítem y marque con una X la opción que considere correcta

Leyenda:

- 1 = Nunca
- 2 = Raramente
- 3 = A veces
- 4 = Frecuentemente
- 5 = Siempre

GESTIÓN DE COMPRAS						
	Interrogante	1	2	3	4	5
1	Realizo estimaciones precisas de la demanda de mis productos					
2	Mis proyecciones de ventas coinciden con la demanda real					
3	Planifico mis compras con suficiente anticipación					
4	Cumplo con los plazos establecidos en mi ciclo de planificación de compras					
5	Mis proveedores cumplen con los tiempos de entrega acordados					
6	Selecciono proveedores basándome en su capacidad de entrega oportuna					
7	Los productos que recibo de mis proveedores cumplen con los estándares de calidad requeridos					
8	Evalúo la calidad de los productos al seleccionar a mis proveedores					
9	Mantengo un flujo constante de productos en mi inventario					
10	Logro vender mis productos antes de que se vuelvan obsoletos o se deterioren					
11	Realizo conteos periódicos para verificar la precisión de mi inventario					
12	Los registros de mi inventario coinciden con las existencias físicas.					

RENTABILIDAD						
	Interrogante	1	2	3	4	5
13	Obtengo un retorno satisfactorio sobre la inversión en mis activos					
14	Utilizo eficientemente mis activos para generar ganancias					
15	Mis ventas generan un margen de ganancia operativa satisfactorio					
16	Logro mantener costos operativos bajos en relación con mis ventas					
17	El retorno sobre mi inversión personal en el negocio es satisfactorio					
18	Genero utilidades proporcionales al capital que he invertido en mi negocio					
19	Obtengo un margen de ganancia neta adecuado después de cubrir todos los gastos					
20	Mis estrategias de ventas y control de gastos resultan en una utilidad neta satisfactoria					
21	Mis ingresos por ventas superan significativamente mis costos operativos					
22	Mantengo un margen operativo saludable en mi negocio					
23	Optimizo el uso de mis recursos para maximizar la eficiencia operativa					
24	Implemento medidas para reducir costos sin comprometer la calidad de mis productos o servicios					

Anexo 03: Fotografías tomadas en el mercado



Figura 01: Aplicación del cuestionario a un comerciante

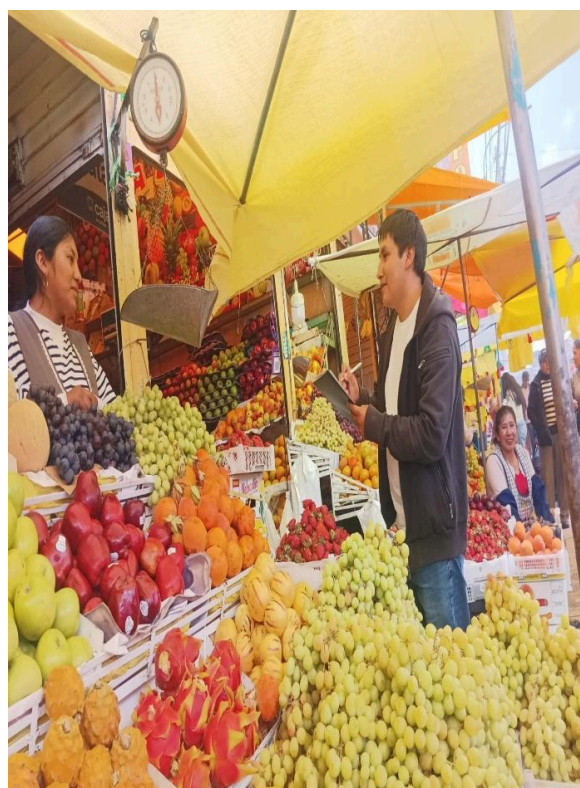


Figura 02: Aplicación del cuestionario a una comerciante – sección fruta



Figura 03: Aplicación del cuestionario a una comerciante – sección plástica



Figura 04: Aplicación del cuestionario a una comerciante – sección fruta



Figura 05: Instalaciones del mercado unión y dignidad



Figura 06: Aplicación del cuestionario a una comerciante – sección verdura