

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS

FACULTAD DE CIENCIAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS



TESIS

**GESTIÓN DE COMPRAS Y SU RENTABILIDAD DE LOS COMERCIANTES DE LA
PLAZA MI PERU DE JULIACA, 2025**

PRESENTADA POR:

AMALIA TAPIA CCOSI

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/)



5.89%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 18 JUN 2026, 5:48 PM

Originality & Authorship Report

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

IDENTICAL
1.5%

CHANGED TEXT
4.39%

Report #33851613

AMALIA TAPIA CCOSI // GESTIÓN DE COMPRAS Y SU RENTABILIDAD DE LOS COMERCIANTES DE LA PLAZA MI PERU DE JULIACA, 2025 RESUMEN El estudio planteó como objetivo general: Determinar la relación de la gestión de compras con rentabilidad en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025, se empleó la metodología cuantitativa de tipo básica, se usó un diseño no experimental – transversal con un nivel correlacional. La población de este estudio estuvo constituida por 130 comerciantes del mercado de la Plaza Mi Perú de Juliaca. La técnica de recolección de datos utilizada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario aplicado a una muestra determinada. En el resultado, se obtuvo Rho de Spearman dio de 0.000, lo que es menor que 0.05. Además, se calculó un coeficiente de 0.473, indicando una correlación de fuerza moderada entre las variables la gestión de compras y la rentabilidad realizado a los 130 comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, podemos observar que el 54.6% con mayor porcentaje se centra en los comerciantes que tienen un nivel “Medio” en el entendimiento por gestión de compras, seguido del 41.5% de lo comerciantes se encuentran en nivel “Bajo”, y finalmente el 3.8% de los comerciantes presentan un nivel “Alto”. El nivel de rentabilidad el 49.2% con mayor porcentaje se centra en los comerciantes que tienen un nivel “Medio” en el entendimiento por la rentabilidad, seguido del 43.8% de lo

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN CARLOS
FACULTAD DE CIENCIAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS
TESIS

**GESTIÓN DE COMPRAS Y SU RENTABILIDAD DE LOS COMERCIANTES DE LA
PLAZA MI PERU DE JULIACA, 2025**

PRESENTADA POR:

AMALIA TAPIA CCOSI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

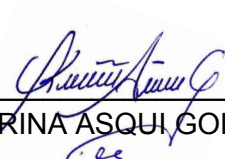
PRESIDENTE

: 
Dra. MARLENE CUSI MONTESINOS

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

Línea de investigación: Economía

Puno, 30 de junio del 2026

DEDICATORIA

A Dios, quien me guía por el sendero adecuado, me brinda la fuerza que necesito para seguir adelante y no rendirme ante los retos que han aparecido, enseñándome a enfrentar las adversidades sin perder nunca mi dignidad ni decrecer en mi búsqueda de lograr mis objetivos.

A mi madre Susana Ccosí y a mi padre Justo Tapia, por la confianza y el apoyo que me han brindado, quienes indudablemente a lo largo de mi vida me han mostrado su respaldo, corrigiendo mis fallos y celebrando mis logros.

A mis hermanos, quienes con sus recomendaciones me han ayudado a superar los retos que se han presentado a lo largo de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Universidad Privada San Carlos Puno por brindarme la oportunidad de adquirir conocimientos, así como a los docentes de la Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas, quienes, con su vasta experiencia, son fundamentales en mi desarrollo profesional. A mi profesor Mg. LUIS ALBERTH ROSSEL BERNEDO, le agradezco por ser mi guía, por dedicarme su tiempo y brindar su apoyo durante el proceso de elaboración de mi tesis.

Extiendo mi gratitud a los profesores de Contabilidad y Finanzas que compartieron su saber conmigo durante mi tiempo en la universidad. Asimismo, agradezco a los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, quienes me permitieron aplicar el instrumento de evaluación en sus establecimientos.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTOS	2
ÍNDICE GENERAL	3
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	8
INDICE DE ANEXOS	9
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
INTRODUCCIÓN	12

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1.1. PROBLEMA GENERAL	15
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS	15
1.2. ANTECEDENTES	16
1.2.1. A NIVEL INTERNACIONAL	16
1.2.2. A NIVEL NACIONAL	16
1.2.3. A NIVEL REGIONAL O LOCAL	18
1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.3.1. OBJETIVO GENERAL	20
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO	21
2.1.1. GESTIÓN DE COMPRAS	21

2.1.2. DIMENSIONES DE GESTIÓN DE COMPRAS	21
2.1.3. RENTABILIDAD	22
2.1.4. IMPORTANCIA DE LA RENTABILIDAD	22
2.1.5. DIMENSIONES DE RENTABILIDAD	23
2.2. MARCO CONCEPTUAL	24
2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	25
2.3.1. HIPÓTESIS GENERAL	25
2.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	25
CAPÍTULO III	
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	
3.1. ZONA DE ESTUDIO	26
3.2. TAMAÑO DE MUESTRA	27
3.2.1. POBLACIÓN	27
3.2.2. TAMAÑO DE LA MUESTRA	27
3.2.3. SELECCIÓN DE LA MUESTRA	27
3.3.4. MUESTREO	27
3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS	28
3.3.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	28
3.4. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES	30
3.5. MÉTODO O DISEÑO ESTADÍSTICO	30
3.5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	30
3.5.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	31
3.5.3. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	31
3.5.4. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	31
CAPÍTULO IV	
EXPOSICIÓN, ANÁLISIS y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	
4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	33
4.1.1. RESULTADOS DE OBJETIVO GENERAL:	33

4.1.2. RESULTADOS DE OBJETIVO ESPECÍFICO 1	37
4.1.3. RESULTADOS DE OBJETIVO ESPECÍFICO 2	42
4.1.4. RESULTADOS DE OBJETIVO ESPECÍFICO 3	46
4.2. RESULTADOS DE ANÁLISIS INFERENCIAL	50
4.2.1. PRUEBA DE NORMALIDAD	50
4.2.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL	50
4.2.3. PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECIFICO 1	52
4.2.4. PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECIFICO 2	53
4.2.5. PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECIFICO 3	54
CONCLUSIONES	56
RECOMENDACIONES	58
BIBLIOGRAFÍA	60
ANEXOS	64

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 01: Mercado la Plaza Mi Perú de Juliaca	27
Tabla 02: Operacionalización de variables de la investigación	30
Tabla 03: Nivel de gestión de compras en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca	33
Tabla 04: Nivel de rentabilidad en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca	35
Tabla 05: Gestión de compras con rentabilidad en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.	36
Tabla 06: Gestión de compras con rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.	38
Tabla 07: Planificación de compras con rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.	39
Tabla 08: Selección de proveedores con rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.	40
Tabla 09: Control de inventarios con rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.	41
Tabla 10: Gestión de compras con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.	42
Tabla 11: Planificación de compras con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.	43
Tabla 12: Selección de proveedores con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.	44
Tabla 13: Control de inventarios con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.	45
Tabla 14: Gestión de compras con rentabilidad operativa en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.	46
Tabla 15: Planificación de compras con rentabilidad operativa en los comerciantes de la	

Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.	47
Tabla 16: Selección de proveedores con rentabilidad operativa en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.	48
Tabla 17: Control de inventarios con rentabilidad operativa en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.	49
Tabla 18: Prueba de normalidad de las variables de estudio	50
Tabla 19: Determinación de coeficiente de correlación Rho de Spearman para la hipótesis general	51
Tabla 20: Determinación de coeficiente de correlación Rho de Spearman para la hipótesis específica 1	52
Tabla 21: Determinación de coeficiente de correlación Rho de Spearman para la hipótesis específica 2	53
Tabla 22: Determinación de coeficiente de correlación Rho de Spearman para la hipótesis específica 3	54

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 01: Ubicación del mercado la Plaza Mi Perú de Juliaca	26
Figura 02: Nivel de gestión de compras en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca	34
Figura 03: Nivel de rentabilidad en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca	35
Figura 04: Llegada al mercado la Plaza Mi Peru de Juliaca	76
Figura 05: Aplicación de la encuesta a los comerciantes del rubro de abarrotes del mercado la Plaza Mi Peru de Juliaca	76
Figura 06: Aplicación de la encuesta a los comerciantes del rubro de ropas del mercado la Plaza Mi Peru de Juliaca	77
Figura 07: Aplicación de la encuesta a los comerciantes del rubro de cuidado personal e higiene del mercado la Plaza Mi Peru de Juliaca	77
Figura 08: Aplicación de la encuesta a los comerciantes del rubro de comunicaciones y tecnología del mercado la Plaza Mi Peru de Juliaca	78
Figura 09: Aplicación de la encuesta a los comerciantes del rubro de juguetes del mercado la Plaza Mi Peru de Juliaca	78
Figura 10: Aplicación de la encuesta a los comerciantes del rubro de la ferretería del mercado la Plaza Mi Peru de Juliaca	79

INDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 01: Matriz de consistencia	65
Anexo 02: Instrumento de recolección de datos	67
Anexo 03: Instrumento de recolección de datos	69
Anexo 04: Base de datos 1	70
Anexo 05: Base de datos 2	73
Anexo 06: Panel fotográfico	76

RESUMEN

El estudio planteó como objetivo general: Determinar la relación de la gestión de compras con rentabilidad en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025, se empleó la metodología cuantitativa de tipo básica, se usó un diseño no experimental – transversal con un nivel correlacional. La población de este estudio estuvo constituida por 130 comerciantes del mercado de la Plaza Mi Perú de Juliaca. La técnica de recolección de datos utilizada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario aplicado a una muestra determinada. En el resultado, se obtuvo Rho de Spearman dio de 0.000, lo que es menor que 0.05. Además, se calculó un coeficiente de 0.473, indicando una correlación de fuerza moderada entre las variables la gestión de compras y la rentabilidad realizado a los 130 comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, podemos observar que el 54.6% con mayor porcentaje se centra en los comerciantes que tienen un nivel “Medio” en el entendimiento por gestión de compras, seguido del 41.5% de lo comerciantes se encuentran en nivel “Bajo”, y finalmente el 3.8% de los comerciantes presentan un nivel “Alto”. El nivel de rentabilidad el 49.2% con mayor porcentaje se centra en los comerciantes que tienen un nivel “Medio” en el entendimiento por la rentabilidad, seguido del 43.8% de los comerciantes se encuentran en nivel “Bajo”, y finalmente el 6.9% de los comerciantes presentan un nivel “Alto”. En esa línea se concluyó que a medida que los comerciantes mejoran su gestión de compras, también existen mejoras en su rentabilidad.

Palabras Claves: Gestión de compras, Inventarios, Planificación de compras, Proveedores, Rentabilidad.

ABSTRACT

The study's general objective was to determine the relationship between purchasing management and profitability among merchants at the Plaza Mi Perú market in Juliaca, 2025. A basic quantitative methodology was employed, using a non-experimental, cross-sectional design with a correlational level. The study population consisted of 130 merchants from the Plaza Mi Perú market in Juliaca. Data was collected through a survey using a questionnaire administered to a specific sample. The Spearman's rho result was 0.000, which is less than 0.05. Furthermore, a coefficient of 0.473 was calculated, indicating a moderate correlation between purchasing management and profitability. The study, conducted with 130 merchants at the Plaza Mi Peru market in Juliaca, revealed that the largest percentage (54.6%) of merchants demonstrated a "Medium" level of understanding of purchasing management, followed by 41.5% at a "Low" level, and finally 3.8% at a "High" level. Regarding profitability, the largest percentage (49.2%) of merchants demonstrated a "Medium" level of understanding of profitability, followed by 43.8% at a "Low" level, and finally 6.9% at a "High" level. Therefore, it was concluded that as merchants improve their purchasing management, their profitability also improves.

Keywords: Purchasing management, Inventory management, Purchasing planning, Suppliers, Profitability.

INTRODUCCIÓN

Llevar un control efectivo de las compras es clave para mejorar la eficiencia operativa y aumentar las ganancias de las empresas actualmente. En un entorno muy competitivo, una buena gestión de los inventarios no solo garantiza la disponibilidad de los productos, sino que también ayuda a disminuir costos y aumentar los beneficios.

En Ecuador, numerosas empresas del sector comercial enfrentan problemas en la gestión de sus compras, lo que impacta negativamente en las finanzas de la empresa y dificulta su sostenibilidad a largo plazo. Esto se debe, principalmente, a que priorizan la satisfacción de sus clientes sin considerar la variedad y volumen de productos que tienen disponibles; la falta de un producto que el cliente desea puede hacer que busque alternativas en la competencia, lo que afecta las ventas y la rentabilidad.

El desafío más frecuente que enfrentan la mayoría de los comerciantes en Perú es la falta de herramientas actualizadas para gestionar inventarios y, aún más, para evaluar, verificar y controlar estos, lo que impacta negativamente en las finanzas y en la rentabilidad. Esto es debido a que no se evidencia el saldo real ni la cantidad de productos en el almacén, además de los compras al por mayor que generan costos fijos que los comerciantes deben asumir.

Mediante un análisis sistemático, se examinarán factores como la elección de proveedores, la negociación de precios y la administración de inventarios, así como su efecto en la rentabilidad. Adicionalmente, los resultados de esta investigación no solo ofrecerán información valiosa a los comerciantes de Juliaca, sino que también podrán servir como guía para otros mercados comparables en diferentes áreas del Perú.

El objetivo de este estudio es investigar la conexión entre la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca. Se pretende descubrir cómo las prácticas de compra influyen los resultados económicos, con el propósito de sugerir estrategias que mejoren la eficiencia operativa y la rentabilidad. Esto ayudará a los comerciantes a tomar decisiones más informadas y a reforzar su competitividad en el mercado local.

La presente investigación aborda el siguiente contenido:

En el CAPÍTULO I: Se aborda la formulación del problema en relación con la investigación, especificando el marco de cada variable y el propósito general del estudio. Se incluyen antecedentes a nivel internacional, nacional y local que guardan relación con las variables estudiadas y los objetivos del trabajo.

En el CAPÍTULO II: Se elabora el marco teórico de la investigación y se establece el marco conceptual, así como la hipótesis pertinente.

En el CAPÍTULO III: Se describe la metodología aplicada, considerando las hipótesis y las variables, además de su operacionalización en el estudio. Por último, se detallan los instrumentos utilizados para la recolección de información.

En el CAPÍTULO IV: Se muestran y analizan los hallazgos, se evalúan los resultados de la investigación en función de los objetivos planteados, y se realiza una discusión en base a los antecedentes que respaldan este estudio. Finalmente, se presentan las conclusiones, recomendaciones, y se añaden las referencias citadas en este trabajo de investigación con citas actualizadas.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA, ANTECEDENTES Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el entorno global en que nos encontramos, en la mayoría de las naciones existe una tendencia social negativa hacia el cumplimiento de las obligaciones fiscales. Este rechazo se manifiesta a través de actitudes inapropiadas, como la oposición y la resistencia, y se busca diversas formas de evadir el cumplimiento de estas responsabilidades. Estas actitudes a menudo tratan de justificar su comportamiento al criticar la gestión del sector público, señalando la ineficiencia o la falta de claridad en la administración de los recursos.

En América Latina, se ha observado que optimizar gastos y aumentar la rentabilidad son aspectos esenciales en la gestión de compras. Los gastos pueden ser disminuidos gracias a una negociación efectiva, aumentando el volumen de pedidos o mediante un convenio de compra, así como eligiendo adecuadamente a los proveedores, lo que también abriría la posibilidad de encontrar materiales alternativos. (Perez, 2017)

En la actualidad, la función financiera tiene un papel crucial en las micro y pequeñas empresas del Perú. La variedad de oportunidades de inversión y las distintas fuentes de financiamiento disponibles para estas empresas subrayan la necesidad de un entendimiento profundo de las diversas alternativas, con el fin de tomar decisiones acertadas. Por esta razón, el objetivo de este estudio es resaltar la importancia de la gestión financiera para los emprendedores de MYPE (micro y pequeñas empresas). Se busca informar a estos comerciantes que una adecuada gestión financiera les permitirá manejar eficientemente las

posibles fuentes de riqueza en el proceso de fortalecimiento de sus negocios, lo que a su vez aumentará su rentabilidad.

A nivel de la región Puno, donde se encuentra el Mercado de Plaza Mi Perú en Juliaca, se evidencian condiciones específicas. Un estudio llevado a cabo por Mamani y Quispe (2024), revela que el 70% de los vendedores en mercados tradicionales de la región Puno creen que sus métodos actuales de gestión de compras son poco eficaces y perjudican su rentabilidad.

El Mercado de Plaza Mi Perú de Juliaca, que es el foco de este análisis, simboliza un pequeño mundo de los retos y oportunidades que lidian los vendedores de mercados tradicionales en ciudades de tamaño pequeño y mediano. Esto se debe a que los comerciantes hacen sus compras de forma individual, sin aplicar estrategias de negociación conjunta o planificación a largo plazo. Tal práctica, según los investigadores, conduce a costos de adquisición más elevados y márgenes de ganancia reducidos en comparación con otros mercados de la región que han adoptado enfoques de compra más eficientes.

El presente estudio busca establecer la relación existente entre la gestión de compras y la rentabilidad, así como alternativas para abordar el problema.

1.1.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cuál es la relación de la gestión de compras con rentabilidad en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Cuál es la relación de la gestión de compras con rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026?
- ¿Cuál es la relación de la gestión de compras con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026?
- ¿Cuál es la relación de la gestión de compras con rentabilidad operativa en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026?

1.2. ANTECEDENTES

1.2.1. A NIVEL INTERNACIONAL

Casco (2020), se llevó a cabo un estudio en Ambato, Ecuador. La investigación se basó en un enfoque cuantitativo, utilizando encuestas y revisión de literatura como técnicas. Los instrumentos empleados fueron cuestionarios y fichas bibliográficas, siendo la encuesta compuesta por preguntas cerradas vinculadas a la investigación. El propósito de este estudio fue examinar cómo la planificación fiscal impacta la rentabilidad de las clínicas privadas en el Cantón Pastaza. En consecuencia, se llegó a la conclusión de que la planificación fiscal, al evaluar las principales actividades económicas relacionadas con los movimientos tributarios, puede contribuir a reducir la carga impositiva y permitir que las ganancias se reinviertan en la clínica, lo que a su vez aumenta la rentabilidad.

Pico et al. (2023), se llevó a cabo un estudio en Manabí, Ecuador, empleando el siguiente método de investigación: se realizó observación directa, se llevaron a cabo encuestas a una población de 317 integrantes, de las cuales se tomó una muestra de 174 personas, y se realizaron entrevistas. El propósito de esta investigación fue: evaluar el grado de cumplimiento de las regulaciones fiscales en las actividades de la Asociación de Comerciantes Nuevo Tarqui. Como conclusión se llegó a: que debido a la falta de conocimiento y el bajo nivel cultural de sus miembros, es fundamental reducir estas prácticas administrativas inadecuadas que afectan negativamente el crecimiento económico de la ciudad de Manta a través de la recaudación de recursos.

1.2.2. A NIVEL NACIONAL

Rojas et al. (2024), llevaron a cabo su investigación en Trujillo. La investigación se sitúa dentro de un enfoque descriptivo y presenta un diseño que no es experimental. Su propósito es facilitar la toma de decisiones adecuadas. Los hallazgos más importantes de las encuestas realizadas muestran que un 65% de las Mypes gestionan sus finanzas de manera empírica, principalmente a causa de la falta de conocimiento sobre cómo implementar un plan financiero. Además, la mayoría de las Mypes obtienen financiamiento a

través de recursos propios o préstamos de prestamistas informales, sin contar con una formalidad en el acceso a créditos.

Lopez (2024), el estudio se llevó a cabo en Lima .Se utilizó una metodología de tipo básico, con enfoque cuantitativo y alcance descriptivo correlacional .El propósito fue identificar cómo se vincula la administración de compras con la rentabilidad en la empresa Saikol Licores .Los resultados indicaron que el 100% del personal presentó un alto nivel en la administración de compras y el 97% mostró un alto nivel de rentabilidad; Además, se obtuvo un coeficiente de correlación de Pearson de 0 .828 y un valor de significación bilateral de 0.000 .En resumen, la administración de compras está relacionada con la rentabilidad de la empresa SAIKOL LICORES .

Bazan (2022), se realizó un estudio en la ciudad de Chiclayo, el cual es de naturaleza correlacional y cuenta con un diseño no experimental .Su propósito es evidenciar la relación existente entre la administración de compras y el gasto en insumos de empaque en la compañía Procesadora Perú S .A .C .El objetivo se centra en probar el grado de conexión entre la administración de compras y el gasto en insumos de empaque en la organización Procesadora Perú S .A .C .Los hallazgos significativos fueron que el 77 .8% de los empleados afirmó que la gestión de compras sucede casi siempre, y el 100% de los trabajadores considera que el costo de los insumos de empaque es siempre un factor crucial en las compras.

Paucar (2022), llevó a cabo su investigación en el distrito de Lince en Chimbote. Este estudio es aplicado, se basa en un enfoque cuantitativo y presenta un diseño no experimental .Su objetivo principal es identificar la conexión que hay entre la gestión de compras y los costos en una empresa de telecomunicaciones situada en el distrito de Lince .Mediante el análisis estadístico de la correlación de Pearson, se establece que la relación entre la gestión de compras y los costos directos es considerada "moderada", con un valor de 0 .58; de igual forma, la relación entre la gestión de compras y los costos indirectos se clasifica como "moderada" con un valor de -0 .57.

Acuña y Coico (2021), se llevó a cabo el estudio en Chimbote. La investigación siguió un enfoque cuantitativo, utilizando un cuestionario y complementándolo con entrevistas como herramientas de recolección de datos. El propósito principal de este estudio fue analizar cómo se relacionan la cultura tributaria con la rentabilidad de la Asociación Compasión y Servicio – COMPASER en el año 2021 en Chimbote. Los resultados indicaron que hay una conexión entre las diferentes dimensiones de la cultura tributaria y la rentabilidad (comprensión tributaria, conciencia sobre los impuestos y su aplicabilidad), evidenciado por los valores $p = 0.000$ que son menores a 0.05 , y se obtuvieron valores de Rho de 0.533 , 0.549 y 0.652 para cada dimensión, lo que señala una correlación positiva significativa.

Chang (2021), el estudio fue llevado a cabo en Lima. Se utilizó un método descriptivo con un enfoque cuantitativo en este trabajo. El propósito de la investigación fue identificar la conexión entre la gestión de compras y la mejora continua en NEPTUNIA S.A., ubicada en Callao. Uno de los hallazgos más relevantes indica que hay una relación significativa entre la gestión de compras y la mejora continua, con un p-valor de 0.0000 , que es inferior a 0.05 . Además, se observó que la gestión de compras y la mejora continua tienen una correlación positiva del 85.3% . Una de las conclusiones alcanzadas resalta que existe una relación notable entre la gestión de compras y la mejora continua en la empresa Neptunia.

Lázaro (2021), el estudio fue realizado en Lima. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, utilizando una muestra de 48 comerciantes. Para la recolección de datos, se utilizó un cuestionario, y se aplicó la técnica de encuesta compuesta por 18 interrogantes. El propósito de la investigación fue establecer la relación entre la cultura tributaria y la rentabilidad en el Mercado Productores de Santa Anita en 2021. Como resultado, se llegó a la conclusión de que hay una relación significativa entre las variables de cultura tributaria y rentabilidad en el mercado mayorista Productores de Santa Anita durante el año 2021.

1.2.3. A NIVEL REGIONAL O LOCAL

Mendoza y Vargas (2025), realizaron su investigación en Ayaviri. Se utilizó un enfoque cuantitativo, de tipo básico, con un nivel descriptivo correlacional. Su propósito fue establecer la conexión entre la Gestión de Compras y la Rentabilidad de los vendedores del

mercado central de Ayaviri. Resultados descriptivos. El 55,6% de los vendedores opinan que su gestión de compras es de nivel medio, de los cuales el 28,7% reporta una baja rentabilidad económica, seguido por el 22,2% con una rentabilidad media y el 4,6% con una rentabilidad alta. Se llega a la conclusión de que hay una relación positiva entre la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del mercado central de Ayaviri, ($Rho = 0,550$; $p = 0,000$).

Chavez y Rivero (2024), realizó su investigación en Puno. La metodología utilizada: Fue aplicada, con un diseño no experimental, un enfoque cuantitativo y un alcance correlacional, teniendo como muestra a 20 empleados. El propósito de este estudio: Establecer la conexión entre la planificación fiscal y la rentabilidad de una empresa que vende Combustible, Bellavista. Por lo que llegó a la conclusión: Que el grado de la variable planificación fiscal y sus dimensiones presentan un nivel medio; de igual forma, el nivel de la rentabilidad y sus dimensiones también muestran un nivel medio. Finalizando que, hay una relación positiva moderada y relevante entre la planificación fiscal y la rentabilidad de una empresa que comercializa Combustible, Bellavista.

Quispe (2022), realizó su análisis en Juliaca. El enfoque de la investigación: Para ello, se llevó a cabo utilizando una metodología cuantitativa, de tipo aplicada, que empleó un diseño no experimental, con un enfoque descriptivo-correlacional. El propósito de este estudio: Identificar la conexión entre la cultura tributaria y la evasión fiscal entre los comerciantes del mercado Las Mercedes en la ciudad de Juliaca. Por lo tanto, se llegó a la conclusión: que el valor estimado de Rho de Spearman muestra una correlación positiva moderada entre la cultura tributaria y la evasión fiscal, con una significancia de 0,000 entre estas dos variables, lo que permite aceptar la hipótesis alternativa.

Gonzalo (2022), realizó su investigación en Juliaca. El enfoque metodológico: Se utilizó una metodología de tipo cuantitativo, clasificada como investigación aplicada, con un diseño no experimental de tipo transversal, y se consideró un nivel de investigación correlacional. La finalidad de este estudio: Establecer la conexión entre la cultura tributaria y la evasión fiscal en los vendedores del mercado Pedro Vilcapaza del distrito de Juliaca, Puno. Por lo tanto,

se concluyó que el 45. 9% manifestó que casi nunca tienen una cultura tributaria adecuada, el 35. 1% indicó que a veces, el 13. 5% respondió que nunca, y solo el 5. 4% afirmó que casi siempre. En cuanto a la evasión fiscal, el 39% respondió que a veces, el 29. 7% que casi siempre, el 27% casi nunca, el 2. 7% nunca, y únicamente el 1. 4% siempre.

1.3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación de la gestión de compras con rentabilidad en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2026.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la relación de la gestión de compras con rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026.
- Determinar la relación de la gestión de compras con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2026.
- Determinar la relación de la gestión de compras con rentabilidad operativa en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2026.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO, CONCEPTUAL E HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. GESTIÓN DE COMPRAS

Según Mendoza y Vargas (2025), dicen que el manejo de compras se ha establecido como un componente esencial para la competitividad de las empresas en el contexto actual; esta tarea incluye una variedad de actividades, que van desde la detección exacta de las necesidades de la organización hasta la compra efectiva de productos y servicios. Este procedimiento no solo involucra la búsqueda de la reducción de gastos, sino que también asegura la calidad de los materiales adquiridos, lo que afecta directamente la habilidad de la empresa para proporcionar bienes o servicios de gran valor en el mercado.

2.1.2. DIMENSIONES DE GESTIÓN DE COMPRAS

2.1.2.1. PLANIFICACIÓN DE COMPRAS

La organización de las compras se establece como un proceso esencial de estrategia que sincroniza las adquisiciones con las metas de la empresa en el corto, mediano y largo plazo; sostiene que una adecuada planificación en este sector permite a las empresas prever sus requerimientos con exactitud, mejorar la distribución de recursos y reducir los riesgos vinculados a los cambios de precios y a la disponibilidad de insumos en el mercado. Esta manera de actuar no solo incrementa la eficacia operativa, sino que también refuerza la competitividad de la organización.

2.1.2.2. LA SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Como segunda dimensión, la elección de proveedores es un proceso fundamental que afecta de manera directa la calidad y eficacia de toda la cadena de suministro. Se sostiene

que una selección apropiada va más allá de simplemente considerar el costo, incluyendo aspectos esenciales como la calidad de los productos o servicios, la fiabilidad en las entregas y la habilidad innovadora del proveedor. Esta perspectiva multifacética permite a las empresas establecer una red de proveedores que no solo cumple con las demandas presentes, sino que también favorece el crecimiento y la competitividad a largo plazo. (Cardenas y Saravia, 2022)

2.1.2.3. CONTROL DE INVENTARIOS

Como última dimensión, la gestión de inventarios se presenta como una función clave para maximizar los recursos y asegurar la operativa constante de las organizaciones; se argumenta que un manejo efectivo en este aspecto permite a las compañías disminuir de manera considerable los gastos de almacenamiento, reducir las pérdidas ocasionadas por la obsolescencia de productos y optimizar la rotación de inventarios. Estas ventajas no solo afectan de manera favorable la rentabilidad, sino que también fortalecen la habilidad de la empresa para reaccionar rápidamente ante los cambios en la demanda.

2.1.3. RENTABILIDAD

Es la eficacia, el beneficio que genera una compañía. Se denomina administración eficiente de una empresa aquella que no solo previene las pérdidas, sino que además permite alcanzar un rendimiento, un sobrante que supere el total de los gastos. (Arone, 2022)

La recaudación de impuestos busca crear recursos que se emplearán en los gastos del país. Para ello, hay regulaciones que aseguran que las políticas sean apropiadas, de modo que el ciudadano pueda cubrir sus gastos con sus ingresos, como sucede en este caso con los tributos. (Martinez, 2022)

2.1.4. IMPORTANCIA DE LA RENTABILIDAD

La relevancia de la rentabilidad es el factor que consideran los inversores al tomar la decisión de invertir sus ahorros en una compañía específica o, por el contrario, retirar su dinero. Los inversores buscan rentabilidad cuando deciden dónde colocar sus ahorros. Al menos en parte, la rentabilidad es lo que el gestor busca al tomar decisiones en su administración. (Morales, 2022)

La rentabilidad es un término crucial en las empresas actuales y se usa ampliamente en el ámbito empresarial. Sin embargo, a pesar de su gran importancia para la viabilidad de cualquier iniciativa, es uno de los conceptos que menos se entienden por parte de quienes lo aplican a diario. (Puicón, 2019)

2.1.5. DIMENSIONES DE RENTABILIDAD

2.1.5.1. RENTABILIDAD ECONÓMICA

Se refiere al ingreso medio de una compañía en relación con el total de sus inversiones. Normalmente se expresa en porcentajes (%) al comparar lo que se ha invertido en su totalidad con los resultados obtenidos: los gastos y los ingresos. Para tener una visión integral de la situación financiera de una empresa, es fundamental evaluar la rentabilidad económica junto con otros indicadores. El investigador indica que aspectos como el margen de beneficio y la rotación de activos son elementos cruciales que afectan directamente el ROA. (Condemayta, 2021)

2.1.5.2. RENTABILIDAD FINANCIERA

Este término, por otro lado, se utiliza para distinguir el beneficio que cada accionista de la empresa recibe, es decir, la capacidad individual de generar ganancias a partir de su inversión específica. Es una medida más cercana a los inversores y dueños, y se considera como la relación entre el beneficio neto y el patrimonio neto de la empresa. Resalta la relevancia de situar el ROE dentro del contexto del sector y las condiciones económicas generales. La investigadora menciona que al comparar el ROE de una compañía con el promedio de su industria se obtiene una visión más precisa de su rendimiento en relación con otros. Además, subraya que las variaciones en las tasas de interés y las políticas fiscales pueden influir de manera significativa en este indicador. (Cardenas y Saravia, 2022)

2.1.5.3. RENTABILIDAD OPERATIVA

La rentabilidad operativa, conocida también como margen operativo o EBIT (Beneficios Antes de Intereses e Impuestos), es un parámetro esencial que evalúa la eficacia de una empresa en sus actividades fundamentales. Este indicador muestra la habilidad de la empresa para obtener ganancias a partir de sus operaciones centrales. Es fundamental

examinar la rentabilidad operativa en relación con la industria y las tendencias del mercado. La autora menciona que las comparaciones entre compañías del mismo ámbito pueden revelar tanto fortalezas competitivas como debilidades operativas. Asimismo, resalta que las mejoras continuas en la rentabilidad operativa suelen ser un signo de una gestión efectiva y pueden anticipar un futuro crecimiento robusto.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Compras: Las adquisiciones son el procedimiento a través del cual una entidad obtiene productos, servicios o insumos esenciales para su funcionamiento. Este procedimiento abarca la determinación de requerimientos, la elección de suministradores, la discusión de costos y términos, así como el manejo de acuerdos. (Casco, 2020)

Comerciantes: Un vendedor es alguien que se dedica regularmente a actividades que también colaboran con la economía. Este término también se utiliza para referirse al dueño de un negocio.

Control: En el contexto de supervisar y regular acciones con el fin de cumplir metas, el control resulta fundamental para detectar irregularidades y realizar intervenciones correctas de manera oportuna. (Pico et al., 2023)

Inventarios: Los inventarios son los productos guardados que tienen como propósito ser vendidos o utilizados en la producción. Su relevancia se encuentra en la administración eficaz de la cadena de suministro y en cómo influyen en la rentabilidad de una empresa.

Rentabilidad: La rentabilidad se refiere a las ganancias económicas generadas por una actividad comercial que ofrece productos y servicios. Asimismo, la rentabilidad actúa como un indicador que impulsa el crecimiento de las empresas de capital y las motiva a innovar constantemente, así como a explorar mercados nuevos y oportunidades de negocio. (Bazan, 2022)

Mercadería: Los productos comprados por una compañía para su comercialización requieren una administración efectiva, ya que esto es fundamental para sostener un flujo de efectivo positivo y aumentar las ganancias. (Canales, 2022)

Mercado: Colección de operaciones de procesos o intercambio de productos o servicios entre personas, que llegan a un acuerdo sobre el artículo o servicio y el costo asociado a este.

Proveedores: Son organizaciones que proporcionan productos o servicios a una empresa, y la administración estratégica de estos proveedores es clave para garantizar la calidad, el precio y la puntualidad en la entrega de los materiales. (Reyes, 2021)

2.3. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

2.3.1. HIPÓTESIS GENERAL

Existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026.

2.3.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- Existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026.
- Existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026.
- Existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad operativa en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. ZONA DE ESTUDIO

La investigación se llevó a cabo en el mercado Plaza Mi Perú de Juliaca, que se sitúa en el distrito de Juliaca, dentro de la provincia de San Román, en el departamento de Puno, específicamente en la intersección de Pje. Porvenir con Jirón Obelisco, cerca del terminal de buses, a una altura de 3849 metros sobre el nivel del mar.



Figura 01: Ubicación del mercado la Plaza Mi Perú de Juliaca

Fuente: Google Maps

3.2. TAMAÑO DE MUESTRA

3.2.1. POBLACIÓN

La población a investigar consistió en vendedores de diversas categorías o áreas. En este aspecto, nos enfocaremos en los 130 comerciantes que están registrados en la Asociación de Comerciantes de la Plaza Mi Perú en Juliaca.

3.2.2. TAMAÑO DE LA MUESTRA

La muestra es de naturaleza no probabilística censal, donde la muestra representa a la población en su totalidad. La muestra fue total y abarca a todos, es decir, incluye a un total de 130 comerciantes distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 01: Mercado la Plaza Mi Perú de Juliaca

Nº	RUBROS	SUB MUESTRA
2	Rubro de ferreteria	25
3	Rubro de juguetería	14
4	Rubro de flores	8
5	Rubro de ropa	13
6	Rubro de abarrotes	37
7	Rubro de comunicacion y tecnologia	11
8	Otros	22
Total		130

Fuente: Comerciantes del mercado la Plaza Mi Perú en Juliaca

3.2.3. SELECCIÓN DE LA MUESTRA

En este estudio se empleó el muestreo aleatorio simple, ya que cada persona tuvo la misma oportunidad de ser elegida como parte de la muestra.

3.3.4. MUESTREO

La muestra fue obtenida utilizando muestreo probabilístico y tomando en cuenta la ecuación poblacional final.

3.3. MÉTODOS Y TÉCNICAS

3.3.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la recopilación de datos y el análisis de las variables, se empleó la técnica de observación directa, a través del uso del instrumento de entrevista, aplicada a los comerciantes en las unidades de estudio, según su nivel o actividad desempeñada. (Cardenas y Saravia, 2022)

3.3.1.1. TÉCNICAS

Encuesta: Se reconoce que esta técnica se establece como una fuente fundamental, puesto que utiliza un cuestionario estructurado que presenta preguntas formuladas en un lenguaje accesible. Es un procedimiento mediante el cual obtenemos datos de información original. (Cruz y Stefany, 2023)

3.3.1.2. INSTRUMENTOS

Cuestionario: Es un instrumento que se usa mucho en las ciencias sociales y está formado por un grupo de preguntas para reunir datos sobre el tema que se está estudiando y se utiliza el siguiente instrumento: El “Test” de escala tipo Likert. Para el cuestionario, se utilizaron las siguientes escalas:

Nunca (1)

Casi nunca (2)

A Veces (3)

Casi siempre (4)

Siempre (5)

Se tomaron los cuestionarios de la investigación de Danitsa Dianet Mendoza Mamani y Washington Elvis Darwin Vargas Recharte, para la variable independiente de manejo de adquisiciones y la variable dependiente de ganancias, están en el anexo 02 y anexo 03.

La especialista realizó una revisión del contenido de los cuestionarios, evaluando la importancia, adecuación y comprensión de los elementos, fue la Mg. Candida Yaneth Flores Huarcaya.

3.3.1.3. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS

Según los autores Cardenas y Saravia (2022), en este estudio, se intentó detallar cada aspecto de los grupos, individuos o cualquier otro fenómeno que fue evaluado. En esta investigación, una vez que se obtuvo la información, se trasladó al software SPSS. Luego, se procesarán los datos y se llevará a cabo un análisis inferencial utilizando pruebas de hipótesis no paramétricas (Rho de Spearman). De igual manera, para la estadística descriptiva, se utilizarán porcentajes, gráficos y tablas de frecuencia, ya que las variables se miden en orden, lo que mostró los resultados del estudio realizado.

3.4. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

Tabla 02: Operacionalización de variables de la investigación

Variable	Definición	Dimensión	Indicador	Escala de Valor	de	Escala de Medición
Variable Independiente	La gestión de compras es una actividad planificada que incluye la obtención efectiva de productos y servicios para una entidad. Esta tarea es fundamental para reducir gastos, elevar la calidad de los materiales y mejorar las conexiones con los proveedores.	Planificación de compras	Precisión del pronóstico de demanda	Escala Likert	de	ordinal
Gestión de compras		Selección de proveedores	Tiempo de ciclo de planificación	Nunca (1), Casi nunca (2), A Veces (3), Casi siempre (4) Siempre (5)		
			Tiempo de entrega del proveedor			
			Calidad de los productos suministrados			
		Control de inventarios	Rotación de inventario			
			Exactitud del inventario			
Variable Dependiente	La rentabilidad se relaciona con ganar dinero a partir de una inversión, existen diferentes maneras de calcular la rentabilidad, como el rendimiento sobre los activos (ROA); que indica la ganancia lograda a través de los bienes de la empresa.	Rentabilidad económica	Volumen de ventas	Escala Likert	de	ordinal
Rentabilidad			Capacidad de ventas	Nunca (1), Casi nunca (2), A Veces (3), Casi siempre (4) Siempre (5)		
		Rentabilidad financiera	Ventas			
			Inversión			
			Financiamiento			
		Rentabilidad operativa	Margen operativo			
			Eficiencia operativa			

3.5. MÉTODO O DISEÑO ESTADÍSTICO

3.5.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Según lo fundamentado por los autores Hernández et al. (2018), Esta investigación se clasifica como básica, ya que se enfocó en encontrar información para expandir el conocimiento. Mediante este estudio, se logró encontrar nuevos saberes y áreas de estudio

con el objetivo de recolectar datos reales que ayuden a enriquecer el conocimiento científico.

3.5.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de este estudio según Hernández et al. (2018), fue un estudio que no experimentó, de tipo transversal y descriptivo - con un enfoque correlacional, ya que no se modificaron las variables, se observaron los fenómenos en su ambiente natural y se centró en identificar las características principales del objeto de estudio, lo que significa las variables a investigar, describiéndolas detalladamente, ya que el objetivo es analizar el grado de relación que se produjo entre las variables del estudio.

3.5.3. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

Argumentaron los autores Hernández et al. (2018), que este estudio utiliza un enfoque cuantitativo, que se basa en la medición, lo que permite examinar los datos de manera numérica, puesto que era esencial obtener resultados claros. En esta investigación se reunió la información para después verificar las hipótesis, apoyándose en un análisis estadístico adecuado que volvió los datos medibles y ayudó a obtener los resultados.

3.5.4. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El enfoque de este estudio es hipotético deductivo, lo que significa que se examinan los datos basándose en la formulación de hipótesis y se verifica su validez mediante el uso de estadísticas para aceptarlas o rechazarlas. (Atunga et al., 2021)

formulación de hipótesis y se llevará a cabo un análisis estadístico para comprobar o refutar dichas hipótesis.

Estadística inferencial: Se aplicó el coeficiente de correlación de Spearman (Rho ρ_S), para analizar la relación entre la gestión de compras con la rentabilidad. La ecuación utilizada para determinar este coeficiente de correlación fue:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Aquí

n = Número de individuos que se agrupan en categorías.

X = El intervalo relacionado con la variable independiente (Gestión de compras).

Y = El intervalo en relación con la variable dependiente (Rentabilidad).

$d = X - Y$ representa la diferencia entre los valores de X y Y .

CAPÍTULO IV

EXPOSICIÓN, ANÁLISIS y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados de la administración de compras en relación con la rentabilidad de los vendedores de la Plaza Mi Perú de Juliaca. Estos resultados se obtuvieron a través de una encuesta mediante cuestionario aplicada a 130 vendedores, que reflejan estadísticas descriptivas.

4.1.1. RESULTADOS DE OBJETIVO GENERAL:

Determinar la relación de la gestión de compras con la rentabilidad en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.

Tabla 03: Nivel de gestión de compras en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alto	5	3,8
	Medio	71	54,6
	Bajo	54	41,5
	Total	130	100,0

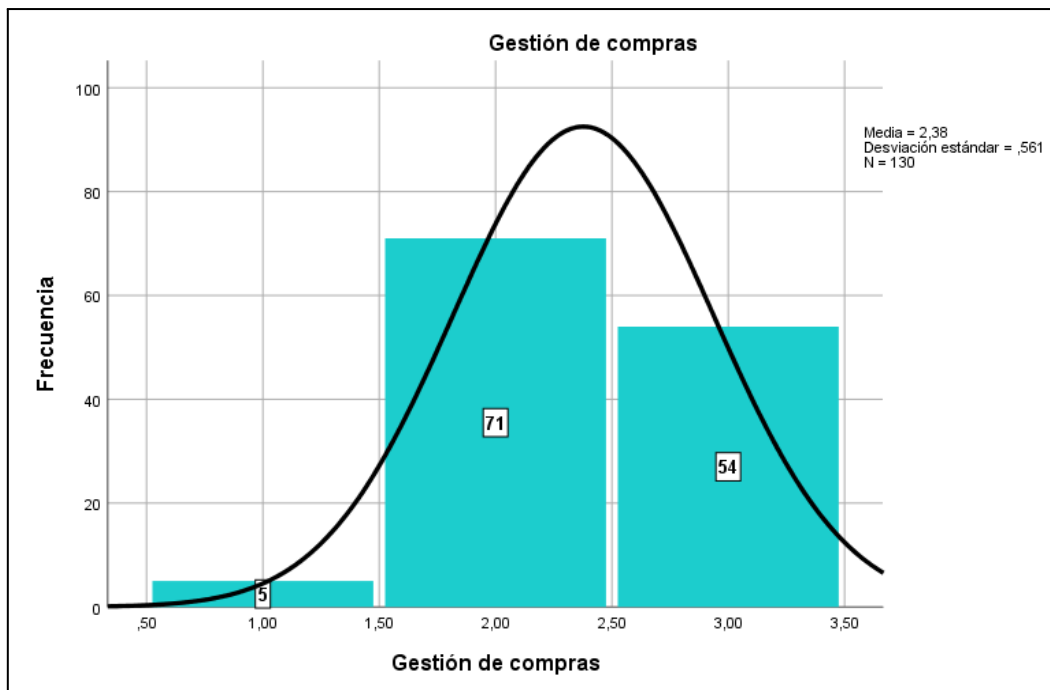


Figura 02: Nivel de gestión de compras en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca

En la tabla 03 y figura 02, se presenta la indagación realizado a los 130 comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, podemos observar que el 54.6% con mayor porcentaje se centra en los comerciantes que tienen un nivel “Medio” en el entendimiento por gestión de compras, seguido del 41.5% de lo comerciantes se encuentran en nivel “Bajo”, y finalmente el 3.8% de los comerciantes presentan un nivel “Alto”.

Los hallazgos no coinciden con lo indicado por López (2024), quien menciona que el 100% alcanzó la clasificación de nivel alto, ya que el procedimiento para la adquisición de los bienes y servicios requeridos por la empresa aseguraba que la elección de proveedores, las compras y la planificación fueran eficaces, eficientes y coherentes con los objetivos estratégicos, lo que garantiza una rentabilidad adecuada. De igual manera, fue comparable con el estudio realizado por Bazan (2022) acerca de la administración de adquisiciones en la empresa Procesadora Perú S.A.C., ubicada en Chiclayo. El 77. 8% de los colaboradores, es decir, 7 personas, se encuentran en un nivel bueno, mientras que el 22. 2%, correspondiente a 2 colaboradores, presenta un nivel muy bueno.

Tabla 04: Nivel de rentabilidad en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Alto	9	6.9
	Medio	64	49.2
	Bajo	57	43.8
	Total	130	100.0

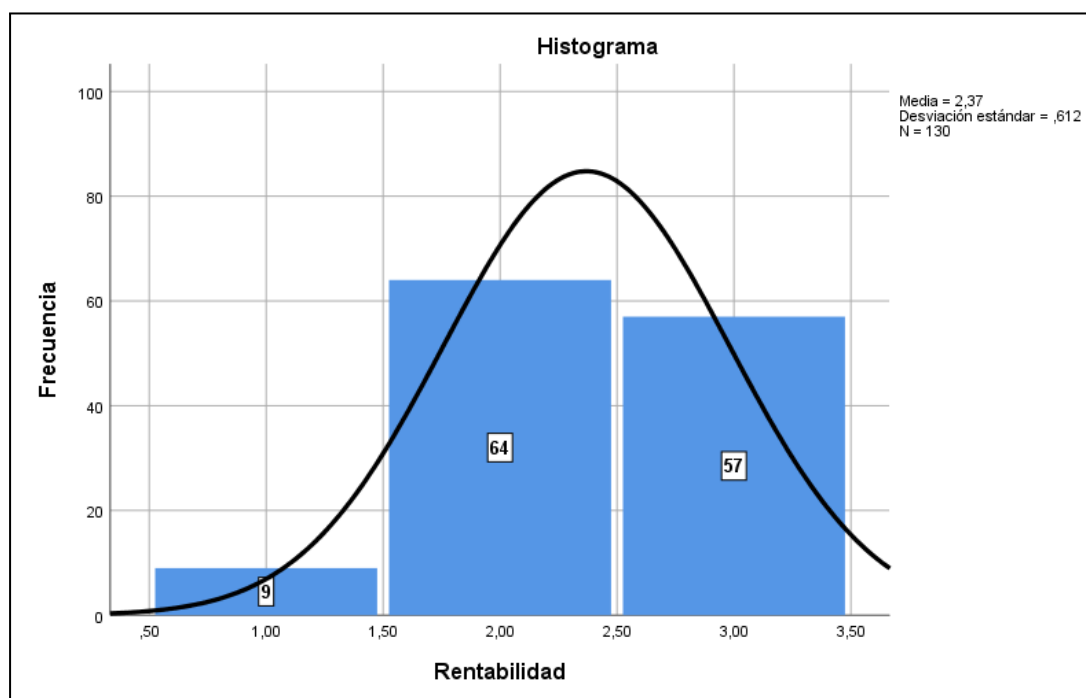


Figura 03: Nivel de rentabilidad en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca

En la tabla 04 y figura 03, se presenta la indagación realizado a los 130 comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, podemos observar que el 49.2% con mayor porcentaje se centra en los comerciantes que tienen un nivel “Medio” en el entendimiento por la rentabilidad, seguido del 43.8% de lo comerciantes se encuentran en nivel “Bajo”, y finalmente el 6.9% de los comerciantes presentan un nivel “Alto”.

Los hallazgos no coinciden con lo indicado por López (2024), quien afirma que el 3% de los empleados experimentaron un nivel medio y el 97% un nivel alto. Por consiguiente, un gran número de empleados reconoció un elevado nivel de rentabilidad en la empresa Saikol Licores, debido a su adecuada habilidad para generar beneficios en relación con los recursos utilizados. El precio de venta se estableció tomando en cuenta el costo de adquisición, lo que permitió mantener una alta rentabilidad bruta, operativa y neta.

Tabla 05: Gestión de compras con rentabilidad en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.

				Rentabilidad			Total
				Alto	Medio	Bajo	
Gestión de compras	Alto	fi		3	2	0	5
		%		2.3%	1.5%	0.0%	3.8%
	Medio	fi		6	45	20	71
		%		4.6%	34.6%	15.4%	54.6%
	Bajo	fi		0	17	37	54
		%		0.0%	13.1%	28.5%	41.5%
Total		fi		9	64	57	130
		% del total		6.9%	49.2%	43.8%	100.0%

En la tabla 05, se presentan los resultados sobre la gestión de compras con rentabilidad de los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, donde se muestra que el 34.6% de comerciantes consideran que su nivel de gestión de compras es “Medio” con una rentabilidad de nivel “Medio”, seguido del 2.3% de comerciantes consideran que su nivel de gestión de compras es “Alto” con una rentabilidad de nivel “Alto”, así mismo el 28.5% de comerciantes consideran que su nivel de gestión de compras es “Bajo” con una rentabilidad de nivel “Bajo”.

Estos hallazgos están vinculados a los Rojas et al. (2024), quienes opinan que el 65% de estos comerciantes deben operar con su propio capital, y respecto a aquellos que reciben financiamiento, este no es formal. Es decir, obtienen recursos de prestamistas (32%) y de otras fuentes que no son entidades financieras (47%), lo que conlleva a costos más altos.

Los hallazgos no coinciden con lo señalado por Bazan (2022), quien menciona que el 78% de los empleados consideraron que la dimensión de selección de proveedores se encuentra en un nivel adecuado. Además, el 56% de estos afirmó que las dimensiones de planificación de compras, negociación y seguimiento, así como control de compras en la empresa Procesadora Perú S. A. C. en Chiclayo, son evaluadas como buenas.

Estos hallazgos fueron similares a los de la investigación de Mendoza y Vargas (2025), en relación con los resultados obtenidos. Identificaron que la gestión de compras y la rentabilidad de los comerciantes del mercado central Ayaviri muestran que el 55,6% de los comerciantes considera que su nivel de gestión de compras es moderado. De este grupo, el 28,7% reporta una baja rentabilidad económica, mientras que el 22,2% evalúa su rentabilidad como media y el 4,6% la clasifica como alta.

4.1.2. RESULTADOS DE OBJETIVO ESPECÍFICO 1

- Determinar la relación de la gestión de compras con rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2025.

Tabla 06: Gestión de compras con rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.

			Rentabilidad económica			Total
			Alto	Medio	Bajo	
Gestión de compras	Alto	fi	1	4	0	5
		%	0.8%	3.1%	0.0%	3.8%
	Medio	fi	3	56	12	71
		%	2.3%	43.1%	9.2%	54.6%
	Bajo	fi	0	21	33	54
		%	0.0%	16.2%	25.4%	41.5%
Total	fi	4	81	45	130	
	% del total	3.1%	62.3%	34.6%	100.0%	

En la tabla 06, se presentan los resultados sobre la gestión de compras con rentabilidad económica de los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, donde se muestra que el 43.1% de comerciantes consideran que su nivel de gestión de compras es “Medio” con una rentabilidad económica de nivel “Medio”, seguido del 3.1% de comerciantes consideran que su nivel de gestión de compras es “Alto” con una rentabilidad económica de nivel “Medio”, así mismo el 25.4% de comerciantes consideran que su nivel de gestión de compras es “Bajo” con una rentabilidad económica de nivel “Bajo”.

Estos hallazgos son parecidos a los de la investigación realizada por Mendoza y Vargas en 2025. Ellos encontraron que la organización de las compras y los beneficios económicos de los vendedores en el mercado central de Ayaviri muestran que el 54,6% de los comerciantes opinan que su grado de organización de compras es intermedio. De este grupo, el 46,3% indica que su rentabilidad económica es también media, mientras que el 6,5% reporta altos niveles de rentabilidad y un 1,9% señala tener una rentabilidad baja.

Tabla 07: Planificación de compras con rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.

			Rentabilidad económica			Total
			Alto	Medio	Bajo	
Planificación de compras	Alto	fi	0	4	2	6
		%	0.0%	3.1%	1.5%	4.6%
	Medio	fi	2	41	24	67
		%	1.5%	31.5%	18.5%	51.5%
	Bajo	fi	2	36	19	57
		%	1.5%	27.7%	14.6%	43.8%
Total	fi	4	81	45	130	
	% del total	3.1%	62.3%	34.6%	100.0%	

En la tabla 07, se presentan los resultados sobre los planificación de compras con rentabilidad económica de los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, donde se muestra que el 31.5% de comerciantes consideran que su nivel de planificación de compras es “Medio” con una rentabilidad económica de nivel “Medio”, seguido del 3.1% de comerciantes consideran que su nivel de incentivos tributarios es “Alto” con una rentabilidad económica de nivel “Medio”, así mismo el 27.7% de comerciantes consideran que su nivel de planificación de compras es “Bajo” con una rentabilidad económica de nivel “Medio”.

Estos hallazgos son diferentes a los de Lopez (2024), quien señala que el 3% de los empleados tuvieron un nivel medio y el 97% un nivel alto. Por lo tanto, la gran parte de los empleados reconoció un nivel alto de planificación en la empresa Saikol Licores, ya que se administró de manera habitual un plan de adquisiciones que facilitó la evaluación del nivel de rotación de los productos, y los inventarios se mantuvieron equilibrados de acuerdo con la demanda del mercado.

Tabla 08: Selección de proveedores con rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.

			Rentabilidad económica			Total
			Alto	Medio	Bajo	
Selección de proveedores	Alto	fi	4	2	0	6
		%	3.1%	1.5%	0.0%	4.6%
	Medio	fi	0	46	21	67
		%	0.0%	35.4%	16.2%	51.5%
	Bajo	fi	0	33	24	57
		%	0.0%	25.4%	18.5%	43.8%
Total		fi	4	81	45	130
		% del total	3.1%	62.3%	34.6%	100.0%

En la tabla 08, se presentan los resultados sobre la selección de proveedores con rentabilidad económica de los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, donde se muestra que el 35.4% de comerciantes consideran que su nivel de selección de proveedores es “Medio” con una rentabilidad económica de nivel “Medio”, seguido del 3.1% de comerciantes consideran que su nivel de selección de proveedores es “Alto” con una rentabilidad económica de nivel “Alto”, así mismo el 25.4% de comerciantes consideran que su nivel de selección de proveedores es “Bajo” con una rentabilidad económica de nivel “Medio”.

Estos hallazgos no coinciden con lo presentado por Lopez (2024), quien señala que en la elección de proveedores, el 12. 1% de los empleados consideran su nivel como medio y el 87. 9% como alto. Así, la mayoría de los empleados reconocieron un nivel elevado en la selección de proveedores de la empresa Saikol Licores, lo que sugiere que las tarifas ofrecidas por los proveedores contribuyeron a aumentar la rentabilidad. Asimismo, los acuerdos comerciales establecidos mostraron oportunidades en la gestión, y se elaboró un control de inventario de los productos disponibles.

Tabla 09: Control de inventarios con rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.

			Rentabilidad económica			Total
			Alto	Medio	Bajo	
Control de inventarios	Alto	fi	0	2	0	2
		%	0.0%	1.5%	0.0%	1.5%
	Medio	fi	4	73	9	86
		%	3.1%	56.2%	6.9%	66.2%
	Bajo	fi	0	6	36	42
		%	0.0%	4.6%	27.7%	32.3%
Total		fi	4	81	45	130
		% del total	3.1%	62.3%	34.6%	100.0%

En la tabla 09, se presentan los resultados sobre el control de inventarios con rentabilidad económica de los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, donde se muestra que el 56.2% de comerciantes consideran que su nivel de control de inventarios es “Medio” con una rentabilidad económica de nivel “Medio”, seguido del 1.5% de comerciantes consideran que su nivel de el control de inventarios es “Alto” con una rentabilidad económica de nivel “Medio”, así mismo el 27.7% de comerciantes consideran que su nivel de control de inventarios es “Bajo” con una rentabilidad económica de nivel “Bajo”.

En la investigación de Lázaro (2021), se observó que el entendimiento de los tributos y la rentabilidad estaban relacionados, dado que en la encuesta aplicada a los vendedores del mercado mayorista de productores, el 78% de los participantes afirmó que contar con información y asesorías fiscales a tiempo les sería muy beneficioso para aumentar su rentabilidad y, al mismo tiempo, optimizar la recolección de impuestos.

4.1.3. RESULTADOS DE OBJETIVO ESPECÍFICO 2

- Determinar la relación de la gestión de compras con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.

Tabla 10: Gestión de compras con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.

				Rentabilidad financiera			Total
				Alto	Medio	Bajo	
Gestión de compras	Alto	fi		0	5	0	5
		%		0.0%	3.8%	0.0%	3.8%
	Medio	fi		6	35	30	71
		%		4.6%	26.9%	23.1%	54.6%
	Bajo	fi		0	21	33	54
		%		0.0%	16.2%	25.4%	41.5%
Total		fi		6	61	63	130
		% del total		4.6%	46.9%	48.5%	100.0%

En la tabla 10, se presentan los resultados sobre la gestión de compras con rentabilidad financiera de los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, donde se muestra que el 26.9% de comerciantes consideran que su nivel de gestión de compras es “Medio” con una rentabilidad financiera de nivel “Medio”, seguido del 3.8% de comerciantes consideran que su nivel de gestión de compras es “Alto” con una rentabilidad financiera de nivel “Medio”, así mismo el 25.4% de comerciantes consideran que su nivel de gestión de compras es “Bajo” con una rentabilidad financiera de nivel “Bajo”.

Los resultados obtenidos fueron comparables con el estudio realizado por Acuña y Coico (2021) .Según sus hallazgos, se demostró que la cultura fiscal está vinculada a la rentabilidad de la Asociación Compasión y Servicio Compaser en Chimbote .Esto se debe a que los empleados de la organización están al tanto de que la cantidad de información y

formación de los contribuyentes influye en el nivel de cultura fiscal y el cumplimiento de las regulaciones, lo que afecta de manera directa la rentabilidad de la empresa.

Tabla 11: Planificación de compras con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.

			Rentabilidad financiera			Total
			Alto	Medio	Bajo	
Planificación de compras	Alto	fi	0	4	2	6
		%	0.0%	3.1%	1.5%	4.6%
	Medio	fi	4	27	36	67
		%	3.1%	20.8%	27.7%	51.5%
	Bajo	fi	2	30	25	57
		%	1.5%	23.1%	19.2%	43.8%
Total	fi	6	61	63	130	
	% del total	4.6%	46.9%	48.5%	100.0%	

En la tabla 11, se presentan los resultados sobre planificación de compras con rentabilidad financiera de los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, donde se muestra que el 20.8% de comerciantes consideran que su nivel de planificación de compras es “Medio” con una rentabilidad financiera de nivel “Medio”, seguido del 3.1% de comerciantes consideran que su nivel de planificación de compras es “Alto” con una rentabilidad financiera de nivel “Medio”, así mismo el 23.1% de comerciantes consideran que su nivel de planificación de compras es “Bajo” con una rentabilidad financiera de nivel “Medio”.

Tabla 12: Selección de proveedores con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.

			Rentabilidad financiera			Total
			Alto	Medio	Bajo	
Selección de proveedores	Alto	fi	2	3	1	6
		%	1.5%	2.3%	0.8%	4.6%
	Medio	fi	3	51	13	67
		%	2.3%	39.2%	10.0%	51.5%
	Bajo	fi	1	7	49	57
		%	0.8%	5.4%	37.7%	43.8%
Total	fi	6	61	63	130	
	% del total	4.6%	46.9%	48.5%	100.0%	

En la tabla 12, se presentan los resultados sobre selección de proveedores con rentabilidad financiera de los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, donde se muestra que el 39.2% de comerciantes consideran que su nivel de selección de proveedores es “Medio” con una rentabilidad financiera de nivel “Medio”, seguido del 2.3% de comerciantes consideran que su nivel de selección de proveedores es “Alto” con una rentabilidad financiera de nivel “Medio”, así mismo el 37.7% de comerciantes consideran que su nivel de selección de proveedores es “Bajo” con una rentabilidad financiera de nivel “Bajo”.

Tabla 13: Control de inventarios con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.

			Rentabilidad financiera			Total
			Alto	Medio	Bajo	
Control de inventarios	Alto	fi	0	1	1	2
		%	0.0%	0.8%	0.8%	1.5%
	Medio	fi	5	38	43	86
		%	3.8%	29.2%	33.1%	66.2%
	Bajo	fi	1	22	19	42
		%	0.8%	16.9%	14.6%	32.3%
Total	fi	6	61	63	130	
	% del total	4.6%	46.9%	48.5%	100.0%	

En la tabla 13, se presentan los resultados sobre control de inventarios con rentabilidad financiera de los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, donde se muestra que el 33.1% de comerciantes consideran que su nivel de control de inventarios es “Medio” con una rentabilidad financiera de nivel “Bajo”, seguido del 0.8% de comerciantes consideran que su nivel de control de inventarios es “Alto” con una rentabilidad financiera de nivel “Medio”, así mismo el 16.9% de comerciantes consideran que su nivel de control de inventarios es “Bajo” con una rentabilidad financiera de nivel “Medio”.

4.1.4. RESULTADOS DE OBJETIVO ESPECÍFICO 3

- Determinar la relación de la gestión de compras con la rentabilidad operativa en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.

Tabla 14: Gestión de compras con rentabilidad operativa en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.

			Rentabilidad operativa			Total
			Alto	Medio	Bajo	
Gestión de compras	Alto	fi	2	3	0	5
		%	1.5%	2.3%	0.0%	3.8%
	Medio	fi	6	44	21	71
		%	4.6%	33.8%	16.2%	54.6%
	Bajo	fi	1	37	16	54
		%	0.8%	28.5%	12.3%	41.5%
Total	fi	9	84	37	130	
	% del total	6.9%	64.6%	28.5%	100.0%	

En la tabla 14, se presentan los resultados sobre la gestión de compras con rentabilidad operativa de los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, donde se muestra que el 33.8% de comerciantes consideran que su nivel de gestión de compras es “Medio” con una rentabilidad de nivel “Medio”, seguido del 2.3% de comerciantes consideran que su nivel de gestión de compras es “Alto” con una rentabilidad operativa de nivel “Medio”, así mismo el 28.5% de comerciantes consideran que su nivel de gestión de compras es “Bajo” con una rentabilidad de nivel “Medio”.

Los hallazgos coincidieron con el estudio de Chang (2021), que también encontró que la administración de adquisiciones .Por otro lado, únicamente el 24% del personal de la empresa Neptunia SA contestó “Siempre” en la Variable Administración de adquisiciones .Finalmente, el 4% de los empleados de Neptunia SA en 2020 indicó “A veces” en la Variable Administración de adquisiciones.

Tabla 15: Planificación de compras con rentabilidad operativa en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.

			Rentabilidad operativa			Total
			Alto	Medio	Bajo	
Planificación de compras	Alto	fi	1	4	1	6
		%	0.8%	3.1%	0.8%	4.6%
	Medio	fi	4	42	21	67
		%	3.1%	32.3%	16.2%	51.5%
	Bajo	fi	4	38	15	57
		%	3.1%	29.2%	11.5%	43.8%
Total	fi	9	84	37	130	
	% del total	6.9%	64.6%	28.5%	100.0%	

En la tabla 15, se presentan los resultados sobre planificación de compras con rentabilidad operativa de los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, donde se muestra que el 32.3% de comerciantes consideran que su nivel de planificación de compras es “Medio” con una rentabilidad operativa de nivel “Medio”, seguido del 3.1% de comerciantes consideran que su nivel de planificación de compras es “Alto” con una rentabilidad financiera de nivel “Medio”, así mismo el 29.2% de comerciantes consideran que su nivel de planificación de compras es “Bajo” con una rentabilidad operativa de nivel “Medio”.

Los hallazgos fueron similares a los de la investigación realizada por Chang en 2021 .Se determinó que el 72% de los empleados de Neptunia SA en 2020 contestaron “Casi Siempre” en la dimensión de planificación .Por otro lado, apenas el 24% de los trabajadores de Neptunia SA en 2020 respondieron “Siempre”.

Tabla 16: Selección de proveedores con rentabilidad operativa en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.

			Rentabilidad operativa			Total
			Alto	Medio	Bajo	
Selección de proveedores	Alto	fi	4	2	0	6
		%	3.1%	1.5%	0.0%	4.6%
	Medio	fi	2	49	16	67
		%	1.5%	37.7%	12.3%	51.5%
	Bajo	fi	3	33	21	57
		%	2.3%	25.4%	16.2%	43.8%
Total	fi	9	84	37	130	
	% del total	6.9%	64.6%	28.5%	100.0%	

En la tabla 12, se presentan los resultados sobre selección de proveedores con rentabilidad financiera de los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, donde se muestra que el 37.7% de comerciantes consideran que su nivel de selección de proveedores es “Medio” con una rentabilidad operativa de nivel “Medio”, seguido del 3.1% de comerciantes consideran que su nivel de selección de proveedores es “Alto” con una rentabilidad financiera de nivel “Alto”, así mismo el 25.4% de comerciantes consideran que su nivel de selección de proveedores es “Bajo” con una rentabilidad operativa de nivel “Medio”.

Tabla 17: Control de inventarios con rentabilidad operativa en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2025.

			Rentabilidad operativa			Total
			Alto	Medio	Bajo	
Control de inventarios	Alto	fi	0	1	1	2
		%	0.0%	0.8%	0.8%	1.5%
	Medio	fi	7	55	24	86
		%	5.4%	42.3%	18.5%	66.2%
	Bajo	fi	2	28	12	42
		%	1.5%	21.5%	9.2%	32.3%
Total		fi	9	84	37	130
		% del total	6.9%	64.6%	28.5%	100.0%

En la tabla 13, se presentan los resultados sobre control de inventarios con rentabilidad operativa de los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, donde se muestra que el 42.3% de comerciantes consideran que su nivel de control de inventarios es “Medio” con una rentabilidad operativa de nivel “Medio”, seguido del 0.8% de comerciantes consideran que su nivel de control de inventarios es “Alto” con una rentabilidad operativa de nivel “Medio”, así mismo el 21.5% de comerciantes consideran que su nivel de control de inventarios es “Bajo” con una rentabilidad operativa de nivel “Medio”.

4.2. RESULTADOS DE ANÁLISIS INFERENCIAL

4.2.1. PRUEBA DE NORMALIDAD

Tabla 18: Prueba de normalidad de las variables de estudio

		Kolmogorov-Smirnov ^a		
		Estadístico	gl	Sig.
Gestión de compras	de	0.334	130	0.000
Incentivos tributarios		0.313	130	0.000
Elusión tributaria		0.313	130	0.000
Obligaciones tributarias		0.410	130	0.000
Rentabilidad		0.288	130	0.000
Rentabilidad económica		0.378	130	0.000
Rentabilidad financiera		0.316	130	0.000
Rentabilidad operativa		0.366	130	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

En la tabla 18 se expone la revisión de la normalidad de los datos, donde el valor de significancia es 0,000, que está por debajo de 0,05. Por ende, se determina que los datos no se ajustan a una distribución normal, razón por la cual se realizó la prueba de hipótesis empleando el coeficiente de correlación Rho de Spearman.

4.2.2. PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL

Ha: Existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2025.

Ho: No existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2025.

Regla de decisión

Se rechaza H_0 : Sig. (p) < 0,05; Por lo tanto, se acepta la H_a

Se rechaza H_a : Sig. (p) > 0,05; Por lo tanto, se acepta la H_0

Tabla 19: Determinación de coeficiente de correlación Rho de Spearman para la hipótesis general

		Gestión de Rentabilidad		compras	
Rho Spearman	de	Gestión de	de	Coeficiente de	de
		compras		correlación	
					1.000
					,473**
				Sig. (bilateral)	0.000
				N	130
		Rentabilidad		Coeficiente de	,473**
				correlación	1.000
				Sig. (bilateral)	0.000
				N	130

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

En la tabla 19 se muestra que el nivel de significancia bilateral en la prueba Rho de Spearman fue de 0.000, cifra que es inferior a 0.05. Igualmente, se obtuvo un coeficiente de 0.473, lo que sugiere una correlación de fuerza moderada entre las variables estudiadas.

Adicionalmente, se destaca un valor $p = 0.000$, que es menor a 0.05, por lo que se descarta la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Los hallazgos adquiridos no fueron distintos según Rojas y colaboradores (2024), quienes indican que hay un alto grado de conexión entre la administración financiera y la rentabilidad. Esto se valida con un coeficiente de correlación de Rho de Spearman que alcanza 0.890, lo que implica que una gestión financiera más eficaz conduce a una mayor rentabilidad.

De manera similar, Lopez (2024) identificó una correlación de Pearson de 0.828, resultando en una relación muy fuerte entre la gestión de compras y la rentabilidad. Además, se obtuvo un valor de significancia bilateral de 0.000, que es menor a 0.05, por lo que se rechazó la

hipótesis nula, aceptándose que la gestión de compras está relacionada con la rentabilidad de la empresa SAIKOL LICORES durante el año 2023.

4.2.3. PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECIFICO 1

Ha: Existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2025.

Ho: No existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2025.

Tabla 20: Determinación de coeficiente de correlación Rho de Spearman para la hipótesis específica 1

				Gestión compras	de	Rentabilidad económica
Rho Spearman	de	Gestión compras	de	Coeficiente de correlación	1.000	,489**
				Sig. (bilateral)		0.000
				N	130	130
		Rentabilidad económica		Coeficiente de correlación	,489**	1.000
				Sig. (bilateral)	0.000	
				N	130	130

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

En la tabla 20, se muestra que el valor de significancia bilateral en la prueba Rho de Spearman es de 0.000, lo cual es inferior a 0.05 .Igualmente, se determinó un coeficiente de 0 .489, lo que sugiere una correlación de fuerza moderada entre las variables estudiadas.

Además, se identifica un p valor de 0.000, que es menor que 0.05, por lo que se descarta la hipótesis nula y se acepta la alternativa.

De forma similar a lo que se encontró en Lopez (2024), se identificó una correlación de Pearson de 0.826, lo cual indica una conexión muy fuerte entre la selección de proveedores y la rentabilidad .Además, el valor bilateral se presentó como 0.000, que es menor que 0.05,

lo que llevó a rechazar la hipótesis nula y aceptar que existe una relación entre la elección de proveedores y la rentabilidad en la empresa Saikol Licores durante el año 2023 .

Los hallazgos son consistentes con el análisis realizado por Chavez y Rivero (2024), donde se observó una relación positiva moderada y significativa entre la planificación tributaria y la rentabilidad de una empresa que comercializa combustible en Bellavista durante 2023 .Se logró un coeficiente de Pearson de 0.583 y un p-valor de 0.000 (p-valor menor o igual a 0.01), lo que llevó a aceptar la hipótesis planteada en la investigación .

4.2.4. PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECIFICO 2

Ha: Existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2025.

Ho: No existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2025.

Tabla 21: Determinación de coeficiente de correlación Rho de Spearman para la hipótesis específica 2

		Gestión de compras		de Rentabilidad financiera	
Rho Spearman	de Gestión de compras	de Rentabilidad financiera	Coeficiente de correlación	de 1.000	,262**
			Sig. (bilateral)		0.003
			N	130	130
	Rentabilidad financiera	de Gestión de compras	Coeficiente de correlación	de ,262**	1.000
			Sig. (bilateral)	0.003	
			N	130	130

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

En la tabla 21, se muestra que el nivel de significación bilateral en la prueba de Rho de Spearman fue de 0.003, cifra que es inferior a 0.05. Igualmente, se obtuvo un coeficiente de 0.262, lo que sugiere una baja correlación entre las variables examinadas .

Asimismo, se presenta un valor $p = 0.003$, que es menor a 0.05, lo cual lleva a rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa.

De igual modo, en el estudio de Lopez (2024), se encontró una correlación de Pearson de 0.779, indicando una fuerte conexión entre las compras y la rentabilidad. Con un valor p bilateral de 0.000, que es menor a 0.05, se desestimó la hipótesis nula, aceptando así que el proceso de compras tiene relación con la rentabilidad en la empresa Saikol licores S.A.C durante el año 2023.

4.2.5. PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECIFICO 3

Ha: Existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad operativa en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2025.

Ho: No existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad operativa en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2025.

Tabla 22: Determinación de coeficiente de correlación Rho de Spearman para la hipótesis específica 3

				Gestión de compras	de Rentabilidad operativa
Rho Spearman	de Gestión de compras	de Rentabilidad operativa	Coeficiente de correlación	1.000	,570**
			Sig. (bilateral)		0.000
			N	130	130
			Coeficiente de correlación	,570**	1.000
			Sig. (bilateral)	0.000	
			N	130	130

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

La prueba Rho de Spearman, según lo indicado en la tabla 22, evidencia un nivel de significancia bilateral de 0.000, que es inferior a 0.05. Se registró, además, un coeficiente de 0.570, lo que señala una correlación de fuerza moderada entre las variables estudiadas.

Asimismo, se nota que el valor p es 0.000, que es menor que 0.05; por lo tanto, la hipótesis nula se rechaza y la hipótesis alterna se acepta.

Estos hallazgos fueron parecidos a los de la investigación realizada por Chang (2021), donde se descubrió que hay una relación significativa entre la Gestión de compras y la Dimensión Hacer. (p -valor: $0.001 < 0.05$). Además, se determinó que La Gestión de compras está positivamente correlacionada con la Dimensión Hacer en un 64.5%.

Los hallazgos también coincidieron con los de Mendoza y Vargas (2025), quienes en su estudio encontraron que el valor de Rho se sitúa en 0,563, con un nivel de significancia, representado por un valor de p de 0,000, que es inferior a 0,05, lo que permite seguir la norma de decisión de rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna, llegando a la conclusión de que hay una conexión entre el control de inventarios y la rentabilidad de los comerciantes en el mercado central de Ayaviri.

CONCLUSIONES

PRIMERA: Según resultado del objetivo general, se encontró Rho de Spearman dio de 0.000, lo que es menor que 0.05. Además, se calculó un coeficiente de 0.473, indicando una correlación de fuerza moderada entre las variables analizadas. Además, se observa un p valor = 0.000, el cual es <0.05 , por ello se rechaza la nula y se acepta la hipótesis alterna. Existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2025.

SEGUNDA: Según resultado del objetivo específico 1, se encontró en la prueba Rho de Spearman dio de 0.000, lo que es menor que 0.05. Además, se calculó un coeficiente de 0.489, indicando una correlación de fuerza moderada entre las variables analizadas. Además, se observa un p valor = 0.000, el cual es <0.05 , por ello se rechaza la nula y se acepta la hipótesis alterna. Existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2025.

TERCERA: Según resultado del objetivo específico 2, se encontró Rho de Spearman dio de 0.003, lo que es menor que 0.05. Además, se calculó un coeficiente de 0.262, indicando una correlación de fuerza baja entre las variables analizadas. Además, se observa un p valor = 0.003, el cual es <0.05 , por ello se rechaza la nula y se acepta la hipótesis alterna. Existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2025.

CUARTA: Según resultado del objetivo específico 3, se encontró Rho de Spearman dio de 0.001, lo que es menor que 0.05. Además, se calculó un coeficiente de 0.570, indicando una correlación de fuerza moderada entre las variables analizadas.

Además, se observa un p valor = 0.000, el cual es <0.05 , por ello se rechaza la nula y se acepta la hipótesis alterna. Existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad operativa en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2025.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: A los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, se sugiere que establezcan un seguimiento de inventarios más estricto y regular, ya que esto podría afectar de manera directa sus márgenes de beneficios . Un monitoreo adecuado de los inventarios facilitará la optimización de recursos, disminuirá las pérdidas derivadas de artículos no comercializados y mejorará las decisiones relacionadas con el aprovisionamiento y la venta de productos . Asimismo, al conservar un control eficaz, los minoristas tendrán la capacidad de ajustar de manera más efectiva sus precios y administrar sus márgenes de utilidad, lo que llevará a un aumento en la rentabilidad.

SEGUNDA: Se recomienda a los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, una revisión periódica sobre la rotación de inventarios, disminución de gastos e identificar la demanda de los artículos en el mercado. Todo esto se manifiesta en las acciones adecuadas que tome la dirección y manejo de las adquisiciones y comercialización de sus existencias, junto con la actualización de los productos que están próximos a expirar o en mal estado.

TERCERA: Se recomienda a los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, implementar un sistema de administración de adquisiciones más eficaz que les permita perfeccionar cada una de las fases implicadas en el proceso de compra de productos. La utilización de tecnologías o programas diseñados específicamente para la gestión de existencias y compras ayuda a estructurar los procesos y minimizar los tiempos de espera en la consecución de los suministros, lo que podría resultar en un aumento inmediato en la rentabilidad del negocio.

CUARTA: Es crucial que los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, elaboren un plan de adquisiciones que esté alineado con diversas secciones de la empresa, como

manufactura y comercialización, para garantizar que los recursos y plazos sean utilizados de manera efectiva. Esto facilitará anticipar la demanda y modificar las compras en función de las necesidades auténticas del mercado, previniendo exceso de inventario o carencias que impacten en los gastos y la rentabilidad del negocio.

BIBLIOGRAFÍA

- Acuña, W. K., & Coico, S. Y. (2021). Cultura tributaria y la rentabilidad de la Asociación Compasión y Servicio – Compaser, Chimbote 2021 [Tesis de pre grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/88249>
- Arone, R. W. (2022). Cultura tributaria y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: Caso empresa estación de servicios inversiones Kelmain S.A.C. – Ayacucho, 2019 [Tesis de pre grado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/30918>
- Atunga, D. L., Ramos, R., & Santos, M. A. (2021). La evasión tributaria y su relación con los estados financieros de la empresa Inversiones Javicho S.R.L. - Año 2019 [Tesis de pre grado, Universidad Peruana de Las Américas]. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/1260>
- Bazan, F. A. (2022). Gestión de compras y el costo de los insumos de empaque en la empresa Procesadora Perú S.A.C., Chiclayo [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/78460>
- Canales, L. A. N. (2022). Cultura tributaria y evasión tributaria del rubro textil de Lima Metropolitana, 2022 [Tesis de pre grado, Universidad Peruana de las Américas]. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/1861>
- Cardenas, C. K., & Saravia, R. (2022). Evasión tributaria y la rentabilidad de los contribuyentes de la galería comercial «Los Vencedores», Cusco 2022 [Tesis de pre grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/101953>
- Casco, L. A. (2020). Planificación tributaria y la rentabilidad en las clínicas privadas del cantón Pastaza [masterThesis, Universidad Regional Autónoma de los Andes]. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/11721>
- Chang, J. A. (2021). La gestión de compras y la mejora continua en la Empresa Neptunia S.A, Callao 2020 [Tesis de pre grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/86452>

- Chavez, D. B., & Rivero, M. (2024). Planificación tributaria y rentabilidad de una empresa comercializadora de combustible, Bellavista 2023 [Tesis de pre grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/151069>
- Condemayta, M. J. (2021). Evasión tributaria y la rentabilidad en las empresas de alquiler de equipos de línea amarilla en el Distrito de San Miguel, 2021 [Tesis de pre grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/83686>
- Cruz, M. D. L., & Stefany, C. (2023). Evasión tributaria en las empresas hoteleras de Tingo María [Tesis de pre grado, Universidad Nacional Agraria de la Selva]. <https://hdl.handle.net/20.500.14292/2654>
- Gonzalo, D. (2022). Cultura tributaria y evasión tributaria en los comerciantes del Mercado Pedro Vilcapaza del distrito Juliaca, Puno, 2021 [Tesis de pre grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/102818>
- Hernández, Sampieri, & Mendoza. (2018). Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta | RUDICS. <https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Lázaro, Y. (2021). Cultura tributaria y la rentabilidad en el Mercado Productores de Santa Anita 2021 [Tesis de pre grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/89471>
- Lopez. (2024). GESTIÓN DE COMPRAS Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA SAIKOL LICORES S.A.C EN EL PERIODO 2023 [Tesis de pre grado, Universidad Privada Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/item/c0ef1280-fa90-4373-b53a-66d06ceee90f>
- Martinez, G. M. (2022). Evasión tributaria del IGV y la rentabilidad de las Mypes caso: Empresa comercializadora de artículos de belleza “Cosmebras Bussines” E.I.R.L. Ayacucho, 2019 [Tesis de pre grado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/27617>
- Mendoza, D. D., & Vargas, W. E. D. (2025). Gestión de compras y su relación con su rentabilidad de los comerciantes del mercado central de Ayaviri 2024 [Tesis de pre grado, Universidad Autónoma de Ica].

<https://repositorio.autonomadeica.edu.pe/handle/20.500.14441/2841>

Morales, D. O. (2022). Evasión tributaria y la informalidad en el mercado San José de Jesús María 2022 [Tesis de pre grado, Universidad Peruana de las Américas].

<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/1872>

Paucar, C. A. (2022). Gestión de compras y costos en empresa de Telecomunicaciones, Lince, 2022 [Tesis de pre grado, Universidad César Vallejo].

<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/112048>

Perez, E. (2017). Evasión tributaria y rentabilidad en los comerciantes del mercado José Olaya de Ventanilla—Callao, año 2017 [Tesis de pre grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/15463>

Pico, S., Álvarez, K. N. y C., & Andrés, M. (2023). La evasión y elusión tributaria de la Asociación de Comerciantes Nuevo Tarqui y su repercusión en el desarrollo económico de la ciudad de Manta. [Tesis de pre grado, Universidad Laica «Eloy Alfaro» de Manabi]. <https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/5002>

Puicón, C. A. (2019). Evasión tributaria y su incidencia en la rentabilidad de las mypes del Perú. Rubro venta de materiales de construcción. Caso comercial Damián E.I.R.L. Chiclayo, 2019. [Tesis de pre grado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/11807>

Quispe, M. (2022). Cultura tributaria y la evasión tributaria en los comerciantes del mercado Las Mercedes de la ciudad de Juliaca, Puno, 2020 [Tesis de pre grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/87987>

Reyes, D. A. (2021). Evasión tributaria y la percepción de la recaudación tributaria en los restaurantes orientales, Ate Vitarte-2021 [Tesis de pre grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/62855>

Rojas, J. A. M., Esquen, A. M. V. de, Cruzado, J. K. R., & Rojas, A. F. M. (2024). Gestión financiera para mejorar la rentabilidad de las MYPES comerciantes del mercado La Hermelinda, Trujillo. Magazine de las Ciencias: Revista de Investigación e Innovación, 9(2), 1-15. <https://doi.org/10.33262/rmc.v9i2.3099>

Vasquez, B., Justo, M. R., & Manuel, D. (2022). La evasión tributaria y su incidencia en la rentabilidad empresarial de los recreos turísticos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021. <https://hdl.handle.net/20.500.14621/6123>

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

TÍTULO: GESTIÓN DE COMPRAS Y SU RENTABILIDAD DE LOS COMERCIANTES DE LA PLAZA MI PERU DE JULIACA, 2025

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Escala de medición	Técnica e instrumentos
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variable Independiente			
¿Cuál es la relación de gestión con compras en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026?	Determinar la relación de gestión con compras en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2026.	Existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026.	Gestión de compras	Planificación de compras Selección de proveedores Control de inventarios	Escala de Likert Nunca (1), Casi nunca (2), Aveces (3), Casi siempre (4) Siempre (5)	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicos	Variable Dependiente			
¿Cuál es la relación de gestión con compras rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026?	Determinar la relación de gestión con compras rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026.	Existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad económica en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026.	Rentabilidad	Rentabilidad económica Rentabilidad financiera Rentabilidad operativa	Escala de Likert Nunca (1), Casi nunca (2), Aveces (3), Casi siempre (4) Siempre (5)	Procesamiento de datos: Microsoft Excel Spss 25 Figuras Tabla de frecuencia

¿Cuál es la relación de la gestión de compras con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026?	Determinar la relación de la gestión de compras con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2026.	Existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad financiera en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026.		
¿Cuál es la relación de la gestión de compras con rentabilidad operativa en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026?	Determinar la relación de la gestión de compras con rentabilidad operativa en los comerciantes de la Plaza Mi Perú de Juliaca, 2026.	Existe relación entre la gestión de compras con rentabilidad operativa en los comerciantes de la Plaza Mi Peru de Juliaca, 2026.		

Anexo 02: Instrumento de recolección de datos

Cuestionario 01: Gestión de compras

Presentación: Estimado (a) participante, se presenta el siguiente cuestionario con fines de investigación, para medir su percepción respecto a la Gestión de compras, cuya encuesta servirá para obtener datos referidos sobre lo indicado, la información que proporcione será de tratamiento confidencial.

Instrucciones: Estimado(a) participante, marcar (X) en cada recuadro la respuesta que mejor represente su percepción, favor de marcar todas las preguntas sin dejar ninguna vacía. Para ello, usar la escala y valor asignado.

Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) Siempre (5).

N°	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
Variable 1: Gestión de compras						
	Dimensión 1: Planificación de compras					
1	Realizo estimaciones precisas de la demanda de mis producto					
2	Planifico mis compras con suficiente anticipación					
3	Cumplo con los plazos establecidos en mi ciclo de planificación de compras.					
	Dimensión 2: Selección de proveedores					
4	Mis proveedores cumplen con los tiempos de entrega acordados.					
5	Seleccionar proveedores basándose en su capacidad de entrega oportuna.					
6	Los productos que recibo de mis proveedores cumplen con los estándares de calidad requeridos.					
	Dimensión 3: Control de inventarios					
7	Mantener un flujo constante de productos en mi inventario.					

8	Logró vender mis productos antes de que se vuelvan obsoletos o se deterioren.					
9	Realizo conteos periódicos para verificar la precisión de mi inventario.					

Anexo 03: Instrumento de recolección de datos

Cuestionario 02: Rentabilidad

Presentación: Estimado (a) participante, se presenta el siguiente cuestionario con fines de investigación, para medir su percepción respecto rentabilidad cuya encuesta servirá para obtener datos referidos sobre lo indicado, la información que proporcione será de tratamiento confidencial.

Instrucciones: Estimado(a) participante, marcar (X) en cada recuadro la respuesta que mejor represente su percepción, favor de marcar todas las preguntas sin dejar ninguna vacía. Para ello, usar la escala y valor asignado.

Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) Siempre (5).

N°	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
	Variable 2: Rentabilidad					
	Dimensión 1: Rentabilidad económica					
1	Obtener un retorno satisfactorio sobre la inversión en mis activos.					
2	Utilizo eficientemente mis activos para generar ganancias.					
3	Logré mantener costos operativos bajos en relación con mis ventas					
	Dimensión 2: Rentabilidad financiera					
4	El retorno sobre mi inversión personal en el negocio es satisfactorio.					
5	Genero utilidades proporcionales al capital que he invertido en mi negocio					
6	Obtener un margen de ganancia neta adecuado después de cubrir todos los gastos.					
	Dimensión 3: Rentabilidad operativa					
7	Mis estrategias de ventas y control de gastos resultan en una utilidad neta satisfactoria..					
8	Mis ingresos por ventas superan significativamente mis costos operativos					
9	Mantengo un margen operativo saludable en mi negocio.					

Anexo 04: Base de datos 1

N	Dimensión 1: Incentivos tributarios			Dimensión 2: Elusión tributaria			Dimensión 3: Obligaciones tributarias		
	PT1	PT2	PT3	PT4	PT5	PT6	PT7	PT8	PT9
1	4	3	1	1	4	4	4	3	3
2	2	4	3	2	5	1	4	3	5
3	3	2	4	3	3	2	3	4	5
4	3	2	2	3	3	4	1	4	4
5	5	1	1	2	4	2	4	5	3
6	3	2	3	1	4	1	5	3	3
7	4	2	5	2	2	3	2	5	3
8	4	3	2	2	2	2	3	3	4
9	5	2	3	3	3	1	1	4	5
10	4	2	3	3	4	4	1	2	4
11	5	3	4	4	3	3	1	2	5
12	4	3	5	2	4	3	4	1	5
13	3	4	4	1	5	2	3	3	3
14	3	3	3	3	2	1	4	2	4
15	3	2	3	5	3	2	4	2	3
16	3	2	3	2	3	2	5	4	3
17	4	3	4	2	3	3	3	2	4
18	4	4	5	3	1	4	2	2	4
19	5	1	4	1	3	4	1	3	3
20	5	5	3	2	4	4	4	4	5
21	5	2	1	1	5	4	3	3	4
22	4	1	2	4	5	5	2	4	4
23	5	1	2	2	3	3	2	5	3
24	3	3	3	1	4	4	3	2	4
25	3	3	3	2	3	2	2	3	5
26	4	4	4	1	3	4	1	4	4
27	5	1	5	2	4	4	2	3	4
28	3	2	4	2	5	3	2	2	3
29	3	2	3	3	3	5	3	2	5
30	3	3	3	3	3	3	1	2	4
31	4	4	4	2	1	5	4	3	3
32	4	3	5	1	1	3	3	2	4
33	5	2	4	2	2	4	4	3	3
34	4	2	3	3	3	4	5	3	3
35	4	1	3	1	2	3	3	4	4
36	3	1	4	1	3	3	3	5	3
37	2	2	5	2	4	1	4	2	4
38	1	1	3	4	3	2	2	3	3
39	3	5	3	2	5	3	1	4	5
40	3	1	4	2	5	2	1	5	4

41	4	1	5	3	4	3	1	2	3
42	4	5	4	3	4	4	2	1	4
43	5	1	3	3	5	3	2	1	3
44	4	2	2	2	5	3	4	1	4
45	3	1	1	2	3	3	1	2	4
46	3	1	2	2	4	2	1	3	2
47	2	3	3	4	5	1	3	2	4
48	4	4	3	5	2	1	3	3	1
49	3	4	4	3	2	1	4	3	4
50	2	2	3	1	4	1	4	1	4
51	1	1	5	2	5	3	3	2	3
52	1	1	4	3	4	2	3	2	3
53	2	2	4	4	4	2	4	2	4
54	2	2	3	2	4	1	2	4	5
55	2	2	4	1	4	1	2	3	4
56	2	2	2	2	5	4	3	4	3
57	4	1	5	3	3	3	4	4	3
58	2	1	4	5	3	1	5	2	4
59	2	2	3	4	4	2	3	2	3
60	3	3	3	3	4	3	4	3	4
61	5	5	4	2	5	4	5	2	4
62	1	1	4	1	4	2	1	5	5
63	2	2	5	2	3	1	1	4	5
64	2	2	4	3	3	1	2	3	2
65	3	2	2	3	4	4	1	5	2
66	2	2	2	2	5	2	2	3	1
67	1	3	3	2	2	1	3	3	2
68	1	4	4	1	3	2	1	2	2
69	2	3	3	1	4	3	4	1	3
70	4	2	2	4	5	3	4	2	3
71	3	2	2	3	4	4	4	2	4
72	2	5	5	2	2	4	3	3	3
73	2	4	2	2	2	4	4	2	5
74	2	3	3	1	3	5	1	3	4
75	1	2	3	2	3	3	5	4	3
76	4	1	2	3	4	4	4	2	2
77	3	1	2	4	5	4	3	5	2
78	2	2	3	5	1	3	3	2	1
79	2	2	4	3	2	2	4	3	1
80	1	3	5	2	2	2	3	3	1

81	2	3	4	2	3	3	3	2	2
82	4	4	2	2	3	3	2	3	3
83	4	5	3	3	4	4	3	4	4
84	3	2	4	3	3	2	1	2	3
85	4	2	2	4	5	5	4	5	2
86	2	3	2	3	4	2	3	2	1
87	5	3	3	3	3	2	5	2	2
88	4	4	3	4	1	3	4	3	2
89	4	5	3	5	5	5	3	5	3
90	3	5	4	5	5	2	2	2	3
91	3	4	4	4	4	2	1	2	4
92	4	4	3	3	5	2	2	2	5
93	4	4	2	4	3	1	2	1	4
94	5	3	2	4	4	2	3	2	3
95	4	3	3	5	2	2	3	2	2
96	4	2	3	3	3	2	4	2	2
97	3	2	4	2	4	3	3	3	3
98	3	3	5	3	3	3	2	3	4
99	4	4	3	3	4	4	2	4	5
100	4	1	2	4	3	4	3	4	3
101	5	2	2	5	3	3	3	3	4
102	3	3	3	4	5	3	4	4	4
103	2	2	3	3	5	3	3	4	5
104	2	2	4	3	3	4	1	3	2
105	3	4	3	4	5	5	4	3	2
106	3	3	2	3	3	4	5	3	3
107	2	4	2	4	3	3	3	3	4
108	2	5	2	4	4	3	3	3	3
109	1	2	3	5	3	3	2	4	2
110	2	5	3	5	4	2	2	5	3
111	3	3	4	2	4	3	3	4	2
112	4	4	5	2	5	4	3	3	4
113	5	2	3	1	5	2	4	4	3
114	3	3	4	2	3	1	4	4	4
115	4	2	1	2	3	2	5	3	4
116	4	4	2	3	4	1	4	4	3
117	3	5	2	3	3	2	5	4	5
118	3	3	3	4	4	3	3	3	4
119	4	2	3	3	3	5	3	3	3
120	2	2	2	5	5	5	4	4	2
121	4	1	3	4	4	4	4	2	2
122	3	2	3	3	3	5	5	3	1
123	3	4	4	2	4	3	5	1	3
124	3	3	5	2	3	1	3	2	2
125	4	4	3	1	4	2	5	3	2
126	5	5	3	1	4	2	5	4	1
127	2	3	4	1	2	3	4	5	1
128	2	2	3	2	4	3	5	3	2
129	3	2	3	4	1	3	4	2	3
130	3	3	2	4	4	2	3	3	2

Anexo 05: Base de datos 2

	Dimensión 1: Rentabilidad económica			Dimensión 2: Rentabilidad financiera			Dimensión 3: Rentabilidad operativa		
N	PT1	PT2	PT3	PT4	PT5	PT6	PT7	PT8	PT9
1	4	3	3	1	4	4	3	3	2
2	4	3	5	2	5	1	4	4	2
3	3	4	5	3	3	2	2	3	3
4	1	4	4	3	3	4	5	2	2
5	4	5	3	2	4	2	2	1	2
6	5	3	3	1	4	1	2	2	3
7	2	3	3	2	2	3	3	2	1
8	3	3	4	2	2	2	5	3	1
9	1	4	5	3	3	1	2	3	2
10	1	2	4	3	4	4	2	4	2
11	1	2	5	4	3	4	2	5	3
12	4	1	5	2	4	3	1	4	2
13	3	1	3	3	1	2	2	3	4
14	4	2	4	4	2	1	2	2	5
15	4	2	3	1	3	2	2	2	3
16	5	3	3	2	3	2	3	3	2
17	3	2	4	2	3	3	3	4	1
18	2	2	4	3	1	4	4	5	4
19	1	3	3	1	3	4	4	3	5
20	4	4	3	2	4	4	3	4	2
21	3	3	4	1	5	4	4	4	2
22	2	4	4	4	5	5	4	5	3
23	2	5	3	2	3	3	3	2	3
24	3	2	4	1	4	4	3	2	4
25	2	3	5	2	3	2	3	3	3
26	1	4	4	1	3	4	3	4	2
27	2	3	4	2	4	4	3	3	1
28	2	2	3	2	5	3	4	2	2
29	3	2	5	3	3	5	5	3	2
30	1	2	4	3	3	3	4	2	3
31	4	3	3	2	1	5	3	4	3
32	3	2	4	1	4	3	4	3	4
33	4	3	3	2	2	4	4	4	5
34	5	3	3	3	3	4	3	4	4
35	3	4	4	1	2	3	4	3	3
36	3	5	3	1	3	3	4	5	3
37	4	2	4	2	4	1	3	4	4
38	2	3	3	4	3	2	3	3	1
39	1	4	5	2	5	3	4	2	2
40	1	5	4	2	5	2	2	2	3

41	1	2	3	3	4	3	3	1	5
42	2	1	4	3	4	4	1	3	3
43	2	1	3	3	5	3	2	2	4
44	4	1	4	2	5	3	3	2	5
45	1	2	4	2	3	3	4	1	4
46	1	2	2	2	4	2	5	1	3
47	3	2	4	4	5	1	3	2	3
48	3	3	1	5	2	1	2	3	4
49	4	3	4	3	2	1	3	2	4
50	4	1	2	1	4	1	4	4	4
51	3	2	3	2	5	3	5	3	5
52	3	2	3	3	4	2	4	5	3
53	4	2	4	4	4	2	5	3	3
54	2	4	5	2	4	1	3	2	4
55	2	3	4	1	4	1	3	2	2
56	3	4	3	2	5	4	4	3	2
57	4	4	3	3	3	3	4	3	1
58	5	2	4	5	3	1	5	1	1
59	3	2	3	4	4	2	5	2	3
60	4	3	4	3	4	3	3	2	4
61	5	2	4	2	5	4	5	1	5
62	1	5	5	1	4	2	5	2	3
63	1	4	5	2	3	1	4	2	3
64	2	3	2	3	3	1	5	2	4
65	1	5	2	3	4	4	4	1	4
66	2	3	1	2	5	2	3	3	3
67	3	3	2	2	2	4	3	2	2
68	1	2	2	1	3	2	4	2	2
69	4	1	3	1	4	3	5	2	2
70	4	2	3	4	5	3	5	2	2
71	4	2	4	3	4	4	4	4	4
72	3	3	3	2	2	4	4	3	4
73	4	2	5	2	2	4	3	5	5
74	1	3	4	1	3	5	3	2	3
75	5	4	3	2	3	3	4	2	3
76	4	2	2	3	4	4	5	3	4
77	3	5	2	4	5	4	2	4	4
78	3	2	1	5	1	3	4	2	5
79	4	3	1	3	2	2	3	2	5
80	3	3	1	2	2	2	2	3	3

81	3	2	2	2	3	3	3	5	4
82	3	3	3	3	1	4	3	3	3
83	4	4	4	4	3	4	5	4	4
84	3	2	2	2	4	3	5	3	2
85	5	5	5	2	2	4	4	5	5
86	4	2	2	1	4	2	3	4	2
87	3	2	2	2	3	5	3	3	2
88	1	3	3	2	2	4	3	1	3
89	5	5	5	3	2	4	4	5	5
90	5	2	2	2	3	3	5	5	2
91	4	2	2	2	3	3	4	4	2
92	5	2	2	3	4	4	5	5	2
93	3	1	1	3	5	4	5	3	1
94	4	2	2	4	4	5	3	4	2
95	2	2	2	3	3	4	4	2	2
96	3	2	2	2	3	4	3	3	2
97	4	3	3	2	3	3	3	4	3
98	3	3	3	3	4	3	4	3	3
99	4	4	4	4	5	4	4	4	4
100	3	4	4	1	4	4	3	3	4
101	3	3	3	5	3	5	3	3	3
102	5	3	4	2	1	3	4	5	3
103	5	3	4	1	2	2	4	5	3
104	3	4	3	1	2	2	3	3	4
105	5	5	3	3	3	3	4	5	5
106	3	4	3	3	3	3	5	3	4
107	3	3	3	4	4	2	4	3	3
108	4	3	3	1	5	2	4	4	3
109	3	3	4	2	4	1	3	3	3
110	4	2	5	2	3	2	5	4	2
111	4	3	4	3	3	3	4	4	3
112	5	4	3	4	4	4	3	5	4
113	5	2	4	3	5	5	4	5	2
114	3	1	4	2	4	3	3	3	1
115	3	2	3	2	3	4	3	3	2
116	4	1	4	1	3	4	4	4	1
117	3	2	4	1	4	3	3	3	2
118	4	3	3	2	5	3	4	4	3
119	3	5	3	1	3	4	3	3	5
120	5	5	4	5	3	2	5	5	5
121	4	4	2	1	4	4	4	4	4
122	3	5	3	1	5	3	3	3	5
123	4	3	1	5	4	3	4	4	3
124	3	1	2	1	3	3	3	3	1
125	4	2	3	2	2	4	4	4	2
126	4	2	4	1	1	5	4	4	2
127	2	3	5	1	2	2	2	2	3
128	4	3	3	3	3	2	4	4	3
129	1	3	2	4	3	3	1	1	3
130	4	2	3	4	4	3	4	4	2

Anexo 06: Panel fotográfico



Figura 04: Llegada al mercado la Plaza Mi Peru de Juliaca



Figura 05: Aplicación de la encuesta a los comerciantes del rubro de abarrotes del mercado la Plaza Mi Peru de Juliaca



Figura 06: Aplicación de la encuesta a los comerciantes del rubro de ropas del mercado la Plaza Mi Peru de Juliaca



Figura 07: Aplicación de la encuesta a los comerciantes del rubro de cuidado personal e higiene del mercado la Plaza Mi Peru de Juliaca



Figura 08: Aplicación de la encuesta a los comerciantes del rubro de comunicaciones y tecnología del mercado la Plaza Mi Peru de Juliaca

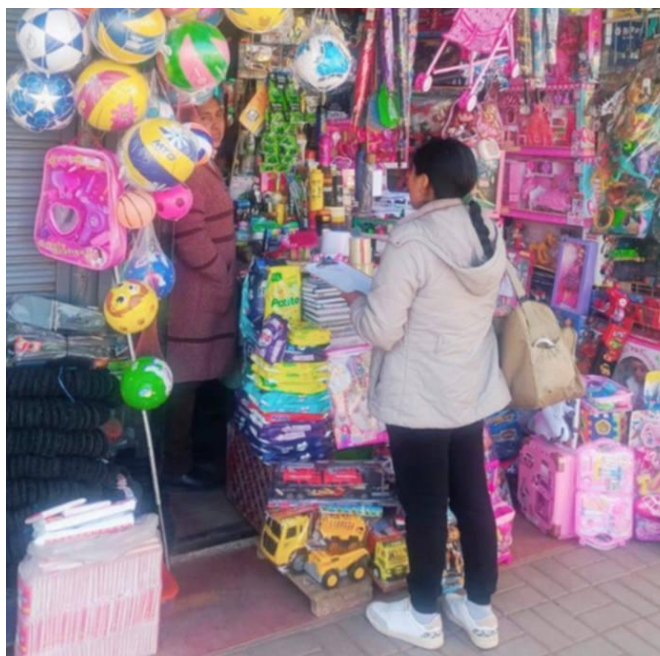


Figura 09: Aplicación de la encuesta a los comerciantes del rubro de juguetes del mercado la Plaza Mi Peru de Juliaca



Figura 10: Aplicación de la encuesta a los comerciantes del rubro de la ferretería del mercado la Plaza Mi Peru de Juliaca