

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS
FINANCIERAS Y COMERCIALES APLICADAS
POR LA EMPRESA GRANJA EL ROSO, AÑO
2023”**

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Aaron Mark Vega Chuman

Asesor:

Mg. Victor Fabian Romero Escalante

<https://orcid.org/0000-0002-7186-9411>

Lima - Perú

2023

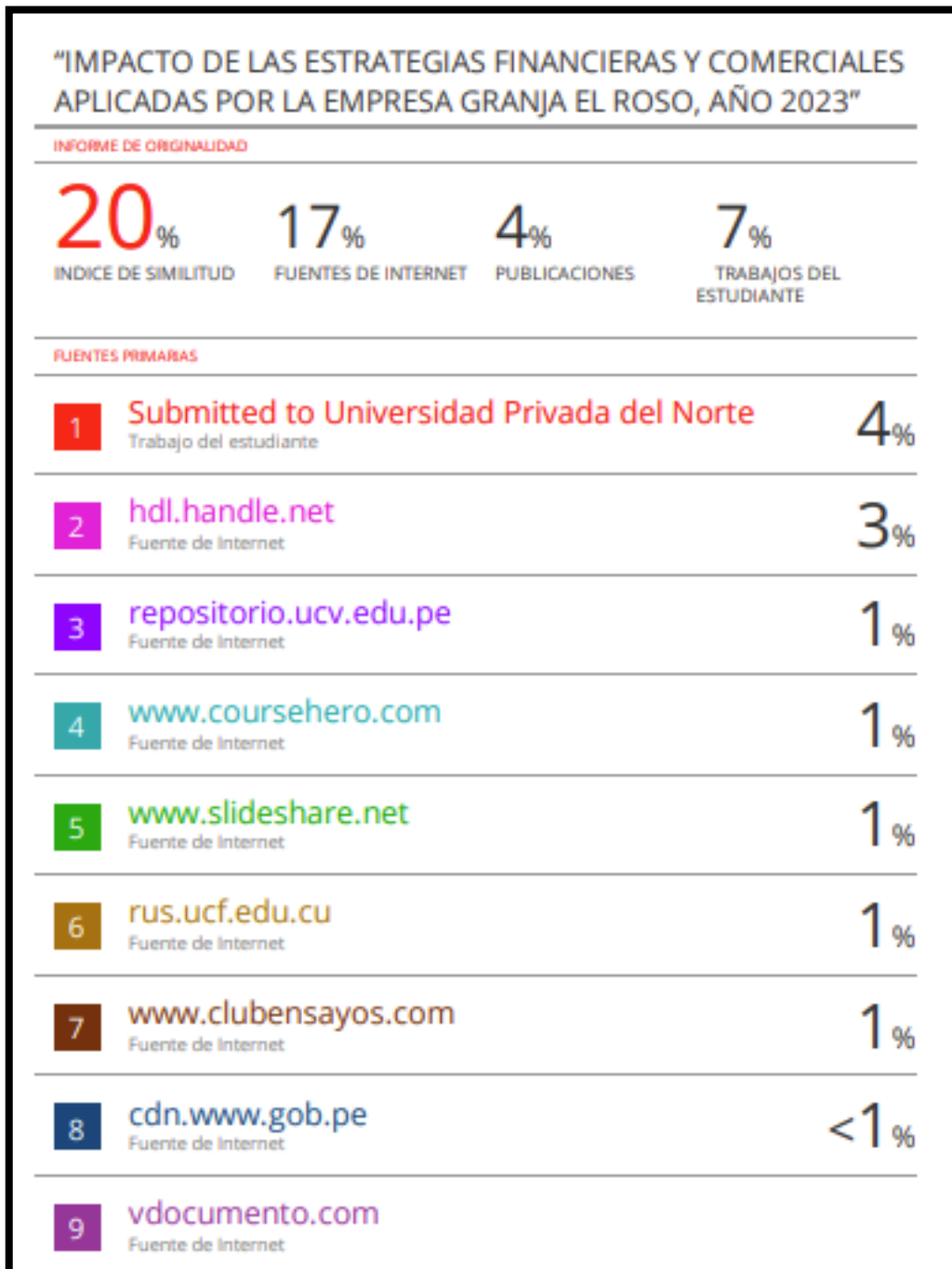
JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	VICTOR HUGO HARO HIDALGO	09862514
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	JUAN CARLOS GANOZA ALEMAN	30835154
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	GUSTAVO ISAAC BARRANTES MORALES	40957810
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD



DEDICATORIA

A mis padres, mis abuelos, familiares y amigos por cada palabra de apoyo y de aliento para continuar en el desarrollo de mi carrera profesional y personal, dedico el resultado de mi esfuerzo y dedicación

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por permitirme llegar a esta etapa de mi vida, en segundo lugar, a mis padres por brindarme su apoyo moral, ético y económico, y por último y por ello no menos importante, a mis docentes y amistades que me brindaron su apoyo para culminar este trabajo.

ÍNDICE GENERAL

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE GENERAL	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Formulación del problema	17
1.3. Objetivos	18
1.4. Hipótesis	18
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	19
CAPÍTULO III: RESULTADOS	23
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	30
REFERENCIAS	33
ANEXOS	38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Prueba de normalidad – Shapiro Wilk.....	21
Tabla 2 Estrategias comerciales y financieras	23
Tabla 3 Muestra antes de la implementación de las estrategias	24
Tabla 4 Muestra después de la implementación de las estrategias.....	24
Tabla 5 Estadística de las muestras	25
Tabla 6 Estadísticas descriptivas de las ventas antes de las estrategias	25
Tabla 7 Estadísticas descriptivas de las ventas después de las estrategias	26
Tabla 8 Prueba U de Mann-Whitney	27
Tabla 9 Prueba U de Mann-Whitney – Hipótesis específica 1	28
Tabla 10 Prueba U de Mann-Whitney – Hipótesis específica 2.....	29

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estrategias genéricas de Porter.....	15
Figura 2. Estrategias de crecimiento según Ansoff	16
Figura 3. Las 5 fuerzas de Porter	17
Figura 4. Procedimiento de la investigación	21
Figura 5. Frecuencia de las muestras.....	27
Figura 6. Frecuencia de las muestras de la hipótesis 1	28
Figura 7. Frecuencia de las muestras de la hipótesis 2.....	29

RESUMEN

La ganadería para el consumo y el comercio es una actividad tradicional que viene de la mano con la evolución de la humanidad, con el paso del tiempo se logró tecnificarla, sin embargo, en una visión macro su expansión no planificada en el mundo afecta el medio ambiente. En el Perú la crianza de patos y cuyes en su mayoría se realiza como medio de subsistencia entre las familias que lo realizan en sus hogares, sin las mínimas consideraciones técnicas y tecnológicas, logrando un producto de poca calidad, como consecuencia se tienen precarios ingresos de los productores y tierras maltratadas, razón a ello se planteó como objetivo verificar si las estrategias financieras y comerciales aplicadas impactaron en los resultados de la empresa Granja El Roso, para tal efecto se desarrolló una investigación aplicada, de enfoque cuantitativo con diseño cuasiexperimental, utilizando la comparación de medias entre dos grupos de observación, un primer grupo de resultados antes de la aplicación de las estrategias comerciales y financieras; y un segundo grupo con resultados después de aplicarlas. Se aplicó el estadístico no paramétrico *U* de *Mann-Whitney* para muestras independientes, teniendo como resultado que las estrategias impactan significativamente ($p\text{-valor} = ,012$) en el promedio de ventas.

PALABRAS CLAVES: Estrategia de desarrollo; Finanzas; Ganadería; Marketing; Tecnología

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

La crianza de animales es una de las actividades más antiguas en la historia de la humanidad, su aporte ha sido significativo en la evolución de las civilizaciones, en todo ese proceso el ser humano aprendió a domesticar animales y plantas para dejar su estado nómada, su expansión contribuyó a las relaciones transfronterizas entre países (Lopes et al., 2020). Esta actividad consiste en el manejo y explotación de animales domesticables con el fin de su producción y aprovechamiento, estos animales criados en cautiverio a menudo se crían en ambientes estáticos que generan estrés, sin embargo, las técnicas adecuadas permiten su mejor aprovechamiento (Skånberg et al, 2023).

En un contexto macro, la ganadería es un factor económico fundamental, de esta actividad dependen millones de personas, se prevé un acelerado aumento en la demanda mundial de carne y leche, el mismo que deberá adecuarse a la escasez de recursos naturales y la fuertes emisiones de gas de efecto invernadero, es por ello que la ganadería contribuye directamente con la Agenda 2030 y con los objetivos del desarrollo sostenible (ODS), de manera considerable con la ODS 13 adoptando medidas urgentes contra el cambio climático y con la ODS 15 generando los ecosistemas sanos, asegurando así la conservación de la biodiversidad y mitigando el cambio climático. Las principales acciones realizadas se observan en la mejora de la calidad de los pastos y forrajes, en la sanidad de los animales y en el manejo instensivo de las tierras (FAO, 2022; León-Rodríguez et al, 2022; Gerber et al, 2013).

La ganadería en países en desarrollo es el medio fundamental de subsistencia porque también es usado como fuente de energía y proveedor de fertilizante orgánico para las cosechas, siendo un factor clave para la seguridad alimentaria, aportando el 34% de la proteína consumida en todo el mundo, todo ello, por la capacidad que tienen estos animales en adaptarse a condiciones difíciles y tener resistencia a crisis climáticas, sin embargo, también son responsables de grandes cantidades gas metano que van provocando el aceleramiento

del efecto invernadero, llegando a representar el 30% de las emisiones en todo el mundo, razón por la que se viene tecnificando para la lucha contra el cambio climático (FAO, 2018).

El sector ganadero o pecuario en el Perú es sumamente importante ya que es uno de los principales eslabones de la cadena de necesidades, motivada principalmente por la comercialización de carne y leche, siendo una característica predominante los minifundios que no tienen un fin comercial sino de autoconsumo, es cuando se origina una problemática, los procesos de desarrollo de la ganadería son precarios, debido a la mala organización y las deficiencias administrativas, donde no se toman decisiones en base a los análisis financieros, ni se cuenta con una planificación de desarrollo, por lo tanto, queda relegada a una economía de subsistencia y de autoabastecimiento de familias rurales, razón a ello, se tienen esos precarios ingresos de los productores, tierras maltratadas y practicas inapropiadas de crianza (Frias et al, 2020).

La tecnificación de la ganadería es una actividad que se caracteriza por la crianza de animales en espacios con elementos artificiales con el propósito de incrementar la productividad. También llamada ganadería intensiva debido a que colocan al ganado en ambientes preparados que logran estimularlos permitiendo aumentar la producción en el plazo más corto posible. Para ello la ganadería deberá ser competitiva y potenciar su impacto en la sostenibilidad económica, ambiental y social, innovando sus procesos críticos y complejos para generar valor en todas sus actividades interconectadas, transformando los sistemas alimentarios y haciéndolos más productivos, transparentes, ágiles y rentables, con el fin de un crecimiento sostenido para la comunidad y las naciones (Opio y Sangoluisa, 2022).

El presente trabajo estudia la aplicación de las estrategias comerciales y financieras en la empresa GRANJA EL ROSO dedicada principalmente a la crianza de patos y cuyes, para luego comercializarlas de manera beneficiada o en calidad de vivos. Se justifica, por lo tanto, en el interés social de desarrollar este tipo de comercialización que es bastante tradicional en todo el país, sin embargo, en su gran mayoría no se cuenta con las condiciones necesarias para el desarrollo de esta labor, es así como, esta investigación tiene la debida importancia en dar a conocer el proceso de esta actividad.

Antecedentes

Como antecedente de la investigación se revisó el trabajo de Ríos y del Río (2022) que tuvo como objetivo macro el desarrollo de un sistema automatizado para la gestión agropecuaria y la distribución de sus derivados, entre otros objetivos relacionados con la automatización de procesos por geolocalización y bases de datos, como hallazgo relevante se identificó que mediante las técnicas de fotogrametría y levantamiento aéreo se puede obtener mapas y cartografías de geolocalización de las mejores ubicaciones para el desarrollo de las actividades agropecuarias y de cultivos.

Asimismo, Canossa-Montes de Oca y Rodríguez-Alcocer (2019) tuvieron como objetivo analizar las estrategias de las pymes comerciales en una ciudad de Costa Rica, el alcance fue descriptivo que incluyó 83 empresas, entre los principales hallazgos se tuvo que el principal financiamiento para el inicio del negocio y el desarrollo de las estrategias son los ahorros personales (48%) de los dueños y el financiado con ingresos de otro empleo (32%).

Por otro lado, Roca et al. (2020) en su trabajo de investigación tuvo como objetivo analizar las estrategias financieras aplicadas ante situaciones de riesgo empresarial, se realizó una revisión de literatura donde se seleccionó 31 artículos y se llegó a la conclusión de que las estrategias para el largo plazo se relacionan a la inversión y manejo de utilidades, pero para el corto plazo se considera el manejo de capitales de trabajo y efectivo corriente y solo un 25% presentaban una situación ideal.

Por su parte, Correa-García & Correa-Mejía (2021) investigaron sobre los aportes del estado de flujo de efectivo en la gestión financiera sostenible. El método utilizado fue un análisis correlacional multivariado, siendo la muestra 14,979 empresas colombianas de 9 sectores económicos, como principales hallazgos se observan que el 32% de la muestra presentan flujos operacionales negativos, concluyendo que el uso de los estados financieros de flujo de efectivo constituye una herramienta importante para la continuidad del negocio.

En tanto, García (2017) realizó un estudio descriptivo en empresas mexicanas para identificar la mejor herramienta utilizada para mejorar la situación financiera, concluyendo el estudio que las herramientas de; control presupuestal; flujo de efectivo, planeación

financiera; análisis de ingresos, gastos y costos; y análisis del negocio, se adecuan a las características específicas del sector agropecuario.

Marco Teórico

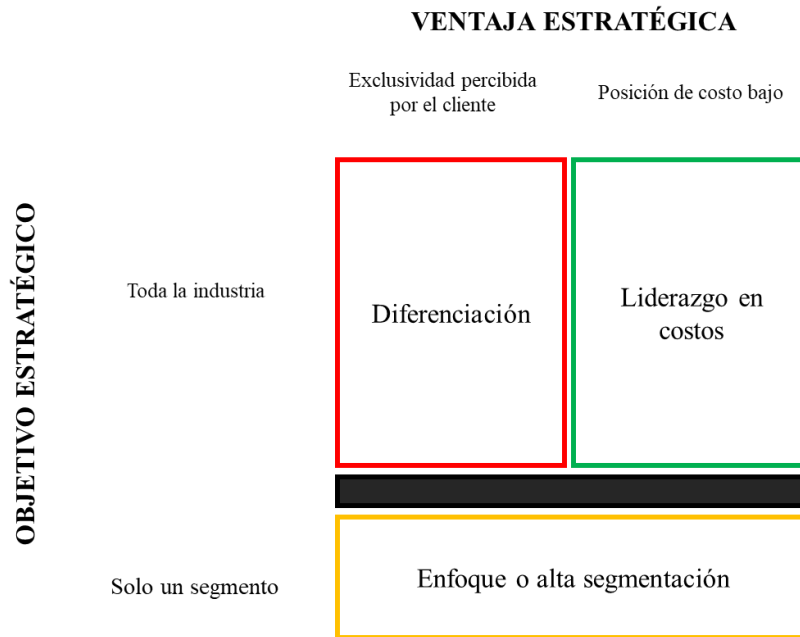
La crianza de cuy en el Perú es ancestral, es una especie nativa y el estudio del consumo de su carne solo se observa en estas latitudes sudamericanas. En la cultura andina del Perú la crianza de cuyes es una de las prácticas más comunes y con la migración de los habitantes de la sierra se han traído estas costumbres a las ciudades de la costa (Schiere et al, 2001), se conoce también como crianza familiar cuya finalidad final es el autoconsumo, sin embargo, no es recomendable este tipo de crianza porque predominan los cuyes más agresivos, al ser criados junto con otros animales domésticos, es por ello que se tiene un asesoramiento técnico para separarlos por categorías como son: reproductores, destetados, crías, etc., y dándoles condiciones necesarias a sus características (Kajjak, 2015).

La crianza de patos en comparación a otras aves es más sencilla por su rápida reproducción y por aspectos de su crianza al no ser tan exigentes en espacio y comida, además, estas aves se adaptan a condiciones adversas y son más resistentes a las enfermedades (Monar-Barragán et al, 2020).

La estrategia en el diccionario es el “arte de dirigir las operaciones militares. [...] es la traza para dirigir un asunto” (Real Academia Española, 2014, parr. 3-4). El término “estrategia” se empezó a utilizar en las empresas a finales de los años 60, los aportes fueron muy variados para fomentar el crecimiento de las empresas, desde las estrategias genéricas de Porter hasta las opciones estratégicas de Ansoff por nombrar las más relevantes, estas estrategias son diseñadas por la directivas de las empresas con el fin de lograr las metas trazadas (Herrera-Sánchez et al, 2022; Slusarczyk y Morales, 2016), según Johnson y Scholes (1993) citado por (Castro, 2010) es la dirección planificada y el alcance de una empresa a largo plazo, para conseguir ventajas que permitan la mejor utilización de los recursos frente a las necesidades de los mercados, tomando las mejores decisiones para adaptar los negocios a su entorno competitivo. En términos generales para una empresa en el mercado “la estrategia competitiva consiste en ser diferente” (Porter, 2011, p. 103).

Las estrategias genéricas propuestas por Porter son para representar las posiciones estratégicas alternativas en un sector, estas estrategias son 3: (1) Estrategia de liderazgo en costos, es la estrategia focalizada en el manejo eficiente de los costos sin afectar la calidad de los productos, este tipo de estrategia es desarrollada por empresas que tiene una curva de aprendizaje avanzado que le permite producir más unidades o realizar más prestaciones de servicios en menor tiempo disminuyendo los costos con la mejora de los procesos, logrando marginar así los costos unitarios y rentabilizando por la cantidad de productos o servicios realizados; (2) Estrategia de Diferenciación, centrada en los atributos y características de los productos o servicios y que son percibidas por el mercado como productos únicos, en esta estrategia se logra con la participación de diferentes áreas de la empresa, así como, de diferentes procesos para lograr un producto de acuerdo a las exigencias de los clientes, en ella se confluyen los procesos de producción, las áreas de innovación y de marketing, las tecnologías empleadas, el alcance y distribución de la empresa, el servicio postventa, entre otros logrando una sinergia total; y (3) Estrategia de Enfoque o alta segmentación, se trata de la estrategia centrada en un segmento del mercado altamente especializado, basándose en la suposición de que la empresa podrá atender las necesidades debido a que las demás empresas se encuentran compitiendo en mercados más extensos, de tal manera, que se tiene amplitud y recursos para atender el nicho de mercado (López-Zapata et al, 2019; Porter, 2011). Estas estrategias las podemos observar en el figura 1

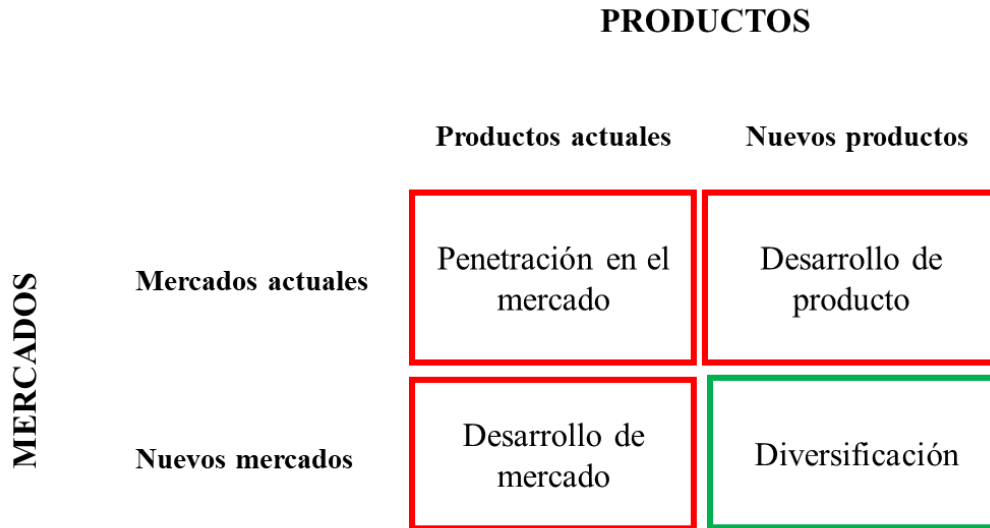
Figura 1. Estrategias genéricas de Porter



Nota: Adaptado de Porter (2011)

Por otra lado, tenemos la matriz producto/mercado de Ansoff, conocida como la matriz de crecimiento empresarial, donde se refleja la situación actual de la empresa y el horizonte de nuevos desarrollos tanto de los productos como de los mercados, donde podemos definir dos estrategias de crecimiento: (1) estrategia de crecimiento por expansión, que abarca el crecimiento por penetración en el mercado, crecimiento por desarrollo del producto y crecimiento por desarrollo de mercado; (2) estrategia de crecimiento por diversificación (Armijos et al., 2020; Peris-Ortiz et al., 2013; Ansoff, 1957). Estas estrategias se pueden observar sintetizadas en la figura 2.

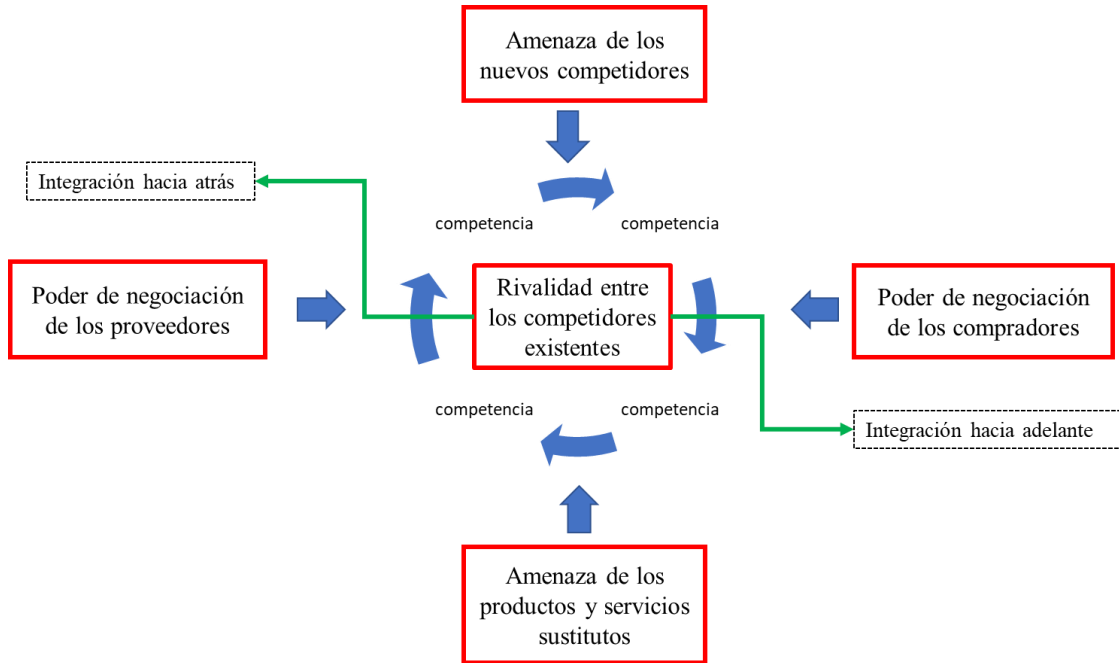
Figura 2. Estrategias de crecimiento según Ansoff



Nota: Adaptado de Ansoff (1957)

Entre las estrategias tradicionales se menciona las 5 fuerzas de Porter, la cual identifica las fuerzas competitivas del mercado, la cual depende de 5 fuerzas básicas: (1) Amenazas de entrada, que tare consigo nuevas tecnologías y capacidades de trabajo, pero donde también se enfrentan a distintas barreras de entrada, entre las principales son la economía de escala, la diferenciación de productos, acceso de los canales de distribución, desventajas de costos, requerimientos de capital y políticas de estado; (2) Poder de los proveedores, cuando tienen la capacidad de manejar la negociación de las partes en los precios y la calidad de los bienes; (3) El poder de los compradores, existe cuando los productos son estándares o no diferenciados, además cuando se compran en grandes volúmenes; (4) Productos sustitutos, estos generan disminución de precios y mejoras en el desempeño; y (5) Rivalidad entre los competidores existentes, analiza el nivel de rivalidad del sector haciendo referencia a las empresas que compiten directamente con un mismo producto o uno similar dentro de la misma industria (Díaz et al., 2021; Pérez y Bojórquez, 2019; Porter, 2017). Estas estrategias se pueden observar sintetizadas en la figura 3.

Figura 3. Las 5 fuerzas de Porter



Nota: Adaptado de Porter (2017)

Las estrategias financieras son la piedra angular de la planificación financiera, tienen el fin de maximizar el valor de las acciones de una empresa. Se define como el conjunto de metas, objetivos, políticas y acciones para lograr maximizar la eficiencia del cumplimiento de la estrategia general de la empresa (Sandoval y Sandoval Pozo, 2022; Gaytán, 2021).

1.2. Formulación del problema

De acuerdo con lo desarrollado líneas arriba, la pregunta de la investigación es: ¿Cuál es el impacto de las estrategias financieras y comerciales en los resultados de la empresa Granja El Roso en el año 2023?

Como problemas específicos tenemos

- (i) ¿Cuál es el impacto de las estrategias financieras y comerciales en la ventas de cuyes de la empresa Granja El Roso en el año 2023?
- (ii) ¿Cuál es el impacto de las estrategias financieras y comerciales en la ventas de patos de la empresa Granja El Roso en el año 2023?

1.3. Objetivos

Determinar el impacto de las estrategias financieras y comerciales aplicadas en los resultados de la empresa Granja El Roso en el año 2023

Como objetivos específicos tenemos:

- (i) Evaluar el impacto de las estrategias financieras y comerciales aplicadas en las ventas de cuyes de la empresa Granja El Roso en el año 2023
- (ii) Comprobar el impacto de las estrategias financieras y comerciales aplicadas en las ventas de patos de la empresa Granja El Roso en el año 2023

1.4. Hipótesis

La aplicación de estrategias financieras y comerciales impactan significativamente en los resultados de la empresa Granja El Roso en el año 2023

Como hipótesis específicos tenemos:

- (i) La aplicación de estrategias financieras y comerciales impactan significativamente en las ventas de cuyes de la empresa Granja El Roso en el año 2023
- (ii) La aplicación de estrategias financieras y comerciales impactan significativamente en las ventas de patos de la empresa Granja El Roso en el año 2023

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

Tipo de investigación

El enfoque de la investigación es de carácter cuantitativo, porque utiliza datos numéricos, contiene hipótesis que deben ser probadas, trabaja con un instrumento estandarizado, su orientación es sobre variables medidas y porque hace uso de la estadísticas para responder la pregunta de investigación (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). Su alcance es explicativo del tipo expos-facto, porque se fundamenta los resultados en hechos ya cumplidos, de diseño cuasiexperimental con series cronológicas dada la característica de comparar un grupo intervenido con otro grupo de datos que no, utilizando la comparación de medias (Arias y Covinos, 2021; Ríos, 2017).

Población y muestra

La población de estudio es el conjunto de casos definido, limitado y accesible, con características homogéneas, no refiere solamente a seres humanos sino también a expedientes, objetos y datos, por ello debe llamarse universo de estudio (Arias-Gómez, et al., 2016).

La población de estudio en la presente investigación comprende la serie de datos calendarios observados desde setiembre del 2022 donde se iniciaron las actividades comerciales de la empresa hasta junio del 2023; los datos semanales son las ventas reales obtenidos de los registros quincenales internos contables de la empresa.

El criterio de inclusión fueron las ventas totales de manera quincenal registrados en las cuentas contables de la empresa. Al ser datos contables de la empresa no se excluirá ningún dato del periodo de evaluación.

Al trabajar con la población total, también llamada población diana no corresponde considerar muestra ni muestreo (Arias-Gómez et al, 2016).

Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Se utilizó para la presente investigación la técnica documental de análisis de contenido y como instrumento la lista de registro de las notas contables, al ser un instrumento que recoge datos inventariados de la empresa no requiere de validación (Arias, 2020).

Para ello se utilizó la información contable de la empresa y se organizaron los ingresos de manera quincenal como unidad de investigación, tomándose el periodo comprendido desde Setiembre del año 2022 hasta junio del año 2023.

Los grupos formados para tal efecto fueron: resultados antes de aplicación de las estrategias comerciales y financieras, las ventas quincenales desde setiembre del año 2022 hasta febrero del año 23; y los resultados después de la aplicación de las estrategias comerciales y financieras, las ventas quincenales desde marzo del año 2023 hasta junio del año 2023

Procedimiento y análisis de datos

El procedimiento de la investigación se realizó respetando el método científico realizando los siguientes pasos que pueden revisarse en la Figura 4, cual detalle es:

- Se identificó el objeto de estudio contextualizando la realidad problemática para así estructurar el estado del arte que permita fundamentar el estudio propuesto. Se revisaron diversas fuentes digitales de las bases de datos de información científica para consultar, recopilar y organizar la información referente al estudio. Planteándose la pregunta de investigación.
- Estando la información del marco teórico revisada y analizada, se elaboró el diseño metodológico y luego se desarrolló el instrumento para el recojo de la información para organizar los datos contables necesarios para el análisis del estudio relacionando dicha información con los objetivos planteados en la investigación. Se coordinó con la dirección de la empresa para la entrega de la información contable y financiera, la misma que se organizó en tablas cronológicas para su análisis e interpretación. El diseño definido para esta investigación fue el pre-experimental.
- El análisis e interpretación de los datos obtenidos se realizó con el programa SPSS versión 24. En cuanto a la información descriptiva, se presentaron los resultados de

tendencia central y las medidas de variabilidad o dispersión de ambos grupos, en tanto, para la estadística inferencial se realizó la prueba de normalidad de *Shapiro Wilk*, por contar con menos de 50 datos, de acuerdo con el resultado según la Tabla 1 se escogió la prueba no paramétrica *U* de *Mann-Whitney* para muestras independientes del SPSS

Tabla 1
Prueba de normalidad – Shapiro Wilk

	Muestras	Estadístico	gl	Sig.
Ventas totales	Antes de las estrategias	0,786	12	0,007
	Después de las estrategias	0,956	8	0,775
Venta de patos	Antes de las estrategias	0,483	12	0,000
	después de las estrategias	0,628	8	0,000
Venta de cuyes	Antes de las estrategias	0,720	12	0,001
	después de las estrategias	0,894	8	0,257

Nota: gl = grados de libertad; Sig. = Significancia [p-valor]

- Los hallazgos fueron contrastados con los antecedentes discutiendo los resultados obtenidos y elaborar las conclusiones del trabajo, culminando con la elaboración del informe.

Figura 4. Procedimiento de la investigación



Nota. Elaboración propia

Consideraciones éticas

El presente trabajo de investigación se ha desarrollado en pleno cumplimiento de la ética profesional, salvaguardando los principios de la moral individual y social, se ha mantenido una conducta respetuosa a las normas y reglas de las entidades académicas, así como, el fiel cumplimiento al código de ética para la investigación científica (Universidad Privada del Norte, 2023), donde se recalca el respeto a la autoría y a las buenas costumbres.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Estrategias aplicadas

A finales del mes de febrero del año 2022 se aplicaron una serie de estrategias comerciales y financieras con el fin de mejorar los promedios de ventas de la empresa, esto conllevó a una serie de inversiones realizada por los dueños de la empresa con aportes de capital propio para el desarrollo de las estrategias y el mejoramiento de la infraestructura de la granja. En la tabla 2 se explican las estrategias realizadas.

Tabla 2
 Estrategias comerciales y financieras

Tipo de Estrategia	Estrategia	Desarrollo de la estrategia
Financiera	Flujo de caja	La siguiente estrategia se implementó con el propósito de tener control de todos los egresos e ingresos a detalle. La siguiente estrategia permite realizar un mejor control de caja al termino de cada periodo, comenzando por los gastos operativos variables y por último con los gastos operativos fijos.
Financiera	Punto de equilibrio	Se realizó el mapeo de los gastos fijos y variables, esto nos permitió saber el total de los gastos de la granja. En consecuencia, solo se multiplicó el precio del animal por la cantidad de animales que se necesita vender para cubrir el total de los gastos.
Financiera	Cálculo del costo	Se Realizó, el cálculo del costo por animal, teniendo en cuenta todos los gastos que tienen que ver con el proceso de crianza. Por ejemplo: comida (concentrado y alfalfa), sueldo del personal, veterinario, vitaminas-medicina e infraestructura.
Comercial	Ferias	Se asistió a ferias artesanales de la localidad de Cayalti. En la cual los ganaderos ofrecen sus animales al por menor y al por mayor. Las personas que asisten a estas ferias van con el propósito de poder comprar animales para su consumo o para la crianza y reproducción. Es por ello por lo que fue sumamente importante capacitar a la personas que daban a conocer las virtudes de los animales.
Comercial	Cálculo del Precio	Teniendo en cuenta el costo de cada animal, se calculó el margen de ganancia esperado en base a lo que se quiere ganar y al precio establecido por el mercado. Se realizó un estudio de mercado, comparando el precio al por mayor y menor, en ferias, mercados mayoristas, redes sociales, etc., llegando a la conclusión, que el precio de la empresa estaba muy por encima del mercado. Por consecuencia, se tuvo que aplicar estrategias de ventas para poder posicionar lo animales en mercados estratégicos que buscan animales de raza y priorizan la virtuosidad de la granja.

Datos de la evaluación

Se realizaron 2 muestras para el presente estudio, la primera muestra observada en la tabla 3 corresponde a al periodo de ventas antes de aplicar las estrategias financieras y comerciales, y la tabla 4 muestra las ventas después de la aplicación del estrategias.

Tabla 3
Muestra antes de la implementación de las estrategias

Mes/Año	Quincena	PATOS	CUYES	Ventas
Set-22	1 quincena	-	-	-
Set-22	2 quincena	50.00	50.00	100.00
Oct-22	1 quincena	50.00	50.00	100.00
Oct-22	2 quincena	-	100.00	100.00
Nov-22	1 quincena	-	100.00	100.00
Nov-22	2 quincena	-	276.00	276.00
Dic-22	1 quincena	-	1,970.00	1,970.00
Dic-22	2 quincena	100.00	-	100.00
Ene-23	1 quincena	100.00	1,900.00	2,000.00
Ene-23	2 quincena	212.00	2,844.00	3,056.00
Feb-23	1 quincena	-	2,420.00	2,420.00
Feb-23	2 quincena	1,117.00	-	1,117.00

Tabla 4
Muestra después de la implementación de las estrategias

Mes/Año	Quincena	PATOS	CUYES	Ventas
Mar-23	1 quincena	-	2,000.00	2,000.00
Mar-23	2 quincena	-	3,605.00	3,605.00
Abr-23	1 quincena	-	240.00	240.00
Abr-23	2 quincena	205.00	-	205.00
May-23	1 quincena	100.00	2,985.00	3,085.00
May-23	2 quincena	110.00	2,200.00	2,310.00
Jun-23	1 quincena	2,000.00	3,700.00	5,700.00
Jun-23	2 quincena	2,000.00	2,200.00	4,200.00

Estadísticas descriptivas

En la tabla 5 se presenta las medias y la desviación estándar de las muestras estudiadas, siendo los indicadores principales para la prueba de hipótesis

Tabla 5
Estadística de las muestras

	Muestras	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
Ventas	Antes de las estrategias	12	944.9167	1117.46023	322.58298
	Después de las estrategias	8	2668.1250	1894.64836	669.85935

En la tabla 6 y 7 se desarrollan los estadísticos descriptivos completos para una mejor comprensión de los resultados obtenidos.

Tabla 6
Estadísticas descriptivas de las ventas antes de las estrategias

Muestra	Estadístico		Error estándar	
Antes de las estrategias	Media		944.9167	322.58298
	95% de IC	Límite inferior	234.9163	
		Límite superior	1654.9170	
	Media recortada al 5%		880.1296	
	Mediana		188.0000	
	Varianza		1248717.356	
	Desviación estándar		1117.46023	
	Mínimo		0.00	
	Máximo		3056.00	
	Rango		3056.00	
	Rango intercuartil		1892.50	
	Asimetría		0.838	0.637
	Curtosis		-0.953	1.232

Nota: IC = intervalo de confianza para la media

Tabla 7
Estadísticas descriptivas de las ventas después de las estrategias

Muestra	Estadístico		Error estándar	
Después de las estrategias	Media		2668.1250	669.85935
	95% de IC	Límite inferior	1084.1593	
		Límite superior	4252.0907	
	Media recortada al 5%		2636.5278	
	Mediana		2697.5000	
	Varianza		3589692.411	
	Desviación estándar		1894.64836	
	Mínimo		205.00	
	Máximo		5700.00	
	Rango		5495.00	
	Rango intercuartil		3371.25	
	Asimetría		0.077	0.752
	Curtosis		-0.574	1.481

Nota: IC = intervalo de confianza para la media

Estadística inferencial

Según la prueba de normalidad la distribución de los datos no tiene normalidad, por lo tanto, se utilizó la prueba no paramétrica *U de Mann-Whitney* para muestras independientes del programa SPSS para probar la hipótesis. Los resultados podemos observarlo en la tabla 8 y figura 5.

Las hipótesis de trabajo son:

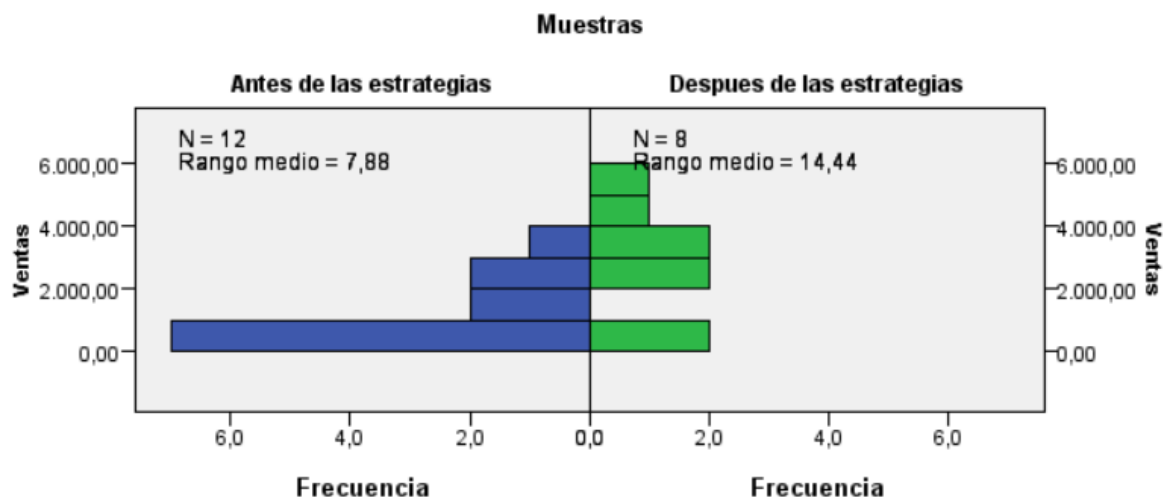
H0: La aplicación de estrategias financieras y comerciales no impactan significativamente en los resultados de la empresa Granja El Roso en el año 2023

H1: La aplicación de estrategias financieras y comerciales impactan significativamente en los resultados de la empresa Granja El Roso en el año 2023

Tabla 8
Prueba U de Mann-Whitney

Hipótesis Nula	Prueba	Estadístico	Sig.	Error estándar	Decisión
La distribución de ventas es la misma entre las categorías de muestras	Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes	79.500	0,012	12.859	Rechazar hipótesis nula

Figura 5. Frecuencia de las muestras



Estos resultados indican que existe suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa de que la aplicación de estrategias financieras y comerciales impactan significativamente en los resultados de la empresa Granja El Roso en el año 2023.

La hipótesis específica 1:

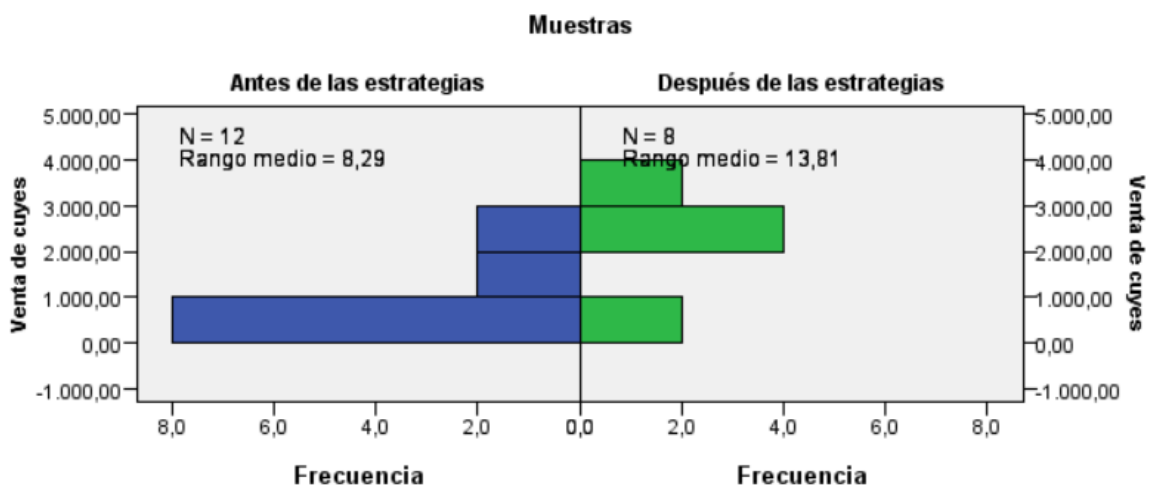
H0: La aplicación de estrategias financieras y comerciales no impactan significativamente en las ventas de cuyes de la empresa Granja El Roso en el año 2023

H1: La aplicación de estrategias financieras y comerciales impactan significativamente en las ventas de cuyes de la empresa Granja El Roso en el año 2023

Tabla 9
Prueba U de Mann-Whitney – Hipótesis específica 1

Hipótesis Nula	Prueba	Estadístico	Sig.	Error estándar	Decisión
La distribución de ventas es la misma entre las categorías de muestras	Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes	74,500	0,039	12.898	Rechazar hipótesis nula

Figura 6. Frecuencia de las muestras de la hipótesis 1



Estos resultados indican que existe suficiente evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa de que la aplicación de estrategias financieras y comerciales impactan significativamente en las ventas de cuyes de la empresa Granja El Roso en el año 2023.

La hipótesis específica 2:

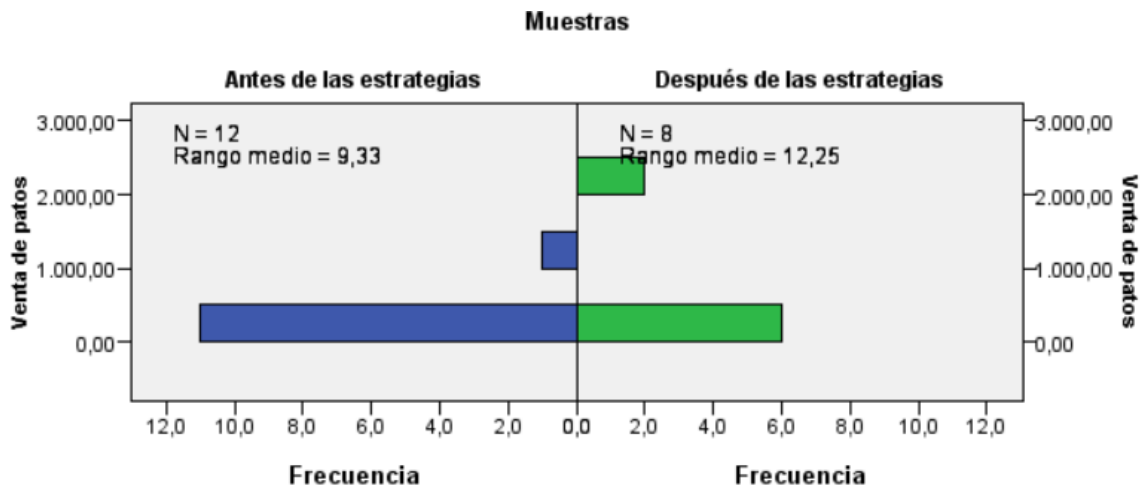
H0. La aplicación de estrategias financieras y comerciales no impactan significativamente en las ventas de patos de la empresa Granja El Roso en el año 2023

H1. La aplicación de estrategias financieras y comerciales impactan significativamente en las ventas de patos de la empresa Granja El Roso en el año 2023

Tabla 10
Prueba U de Mann-Whitney – Hipótesis específica 2

Hipótesis Nula	Prueba	Estadístico	Sig.	Error estándar	Decisión
La distribución de ventas es la misma entre las categorías de muestras	Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes	62.000	0,305	12.332	Retener la hipótesis nula

Figura 7. Frecuencia de las muestras de la hipótesis 2



Estos resultados indican que existe suficiente evidencia estadística para no rechazar la hipótesis nula, por lo tanto, la aplicación de estrategias financieras y comerciales no impactan significativamente en las ventas de patos de la empresa Granja El Roso en el año 2023.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Limitaciones

La investigación como principal limitación es el periodo de observación, esto debido a la operatividad de la empresa que es reciente, pero se tuvo importante información respecto a la aplicación del estrategias, que permitió comparar los resultados con las ventas que se realizaron de manera empírica. En este periodo de observación se pudo revisar la mejora de una de las líneas de ventas como son la venta de cuyes, si embargo, con la línea de venta de patos, el periodo de observación fue muy corto para poder visualizar las mejoras en los promedios de ventas, se deja como recomendación para un futuro estudio, revisar el comportamiento de esta línea en crecimiento.

Entre otras limitaciones también es el uso tecnología, si bien el estudio pretende dar una posición tecnificada con respecto al desarrollo de la ganadería, la unidad de estudio se encuentra en inicio de su etapa tecnológica, su proceso de adecuación esta primero en su posición financiera, encontrándose recién en la etapa de desarrollo de productos y buscando su mercado propio.

El tamaño de la empresa también resulta una limitante de acuerdo con los antecedentes encontrados, los cuales son de empresas ya maduras en el mercado, pero fueron de gran aporte comparativo para el estudio realizado. La empresa en estudio es de corte familiar y con una visión de crecimiento a largo plazo.

Interpretación comparativa

El presente estudio se desarrollo de manera cuantitativa con un diseño preexperimental para verificar la mejora en el promedio de las ventas con la aplicación de estrategias comerciales y financieras, según la literatura científica se observaron muchos trabajos de proyectos de inversión o planes de marketing, sin contener una conclusión adecuada para poder hacer discusiones apropiadas para el objetivo de la tesis, es por ello que se agudizó la revisión teniendo como resultado dos trabajos descriptivos, un artículo experimental, una revisión sistemática y una investigación correlacional multivariable.

El trabajo tuvo como resultado que las estrategias comerciales y financieras tuvieron un impacto significativo (Sig. = 0,012) en la empresa Granja El Roso, en el cual las ventas antes de implementar las estrategias comerciales y financieras tuvieron un promedio de S/. 944.92; y después de la implementación fueron de S/. 2,668.13; coincidiendo con el estudio de Garcia (2017) y Correa-García & Correa-Mejía (2021).

En otro punto de la investigación, el capital de inicio de la empresa en investigación se debió al aporte de los dueños, siendo todavía necesaria la inyección de capital de ello, este tipo de inversión o auto-capitalización se observa en los trabajos de Roca et al. (2020) que se enfoca mucho en la inversión de corto plazo con respaldo en capital de los dueños, así también, en el estudio de Canossa-Montes de Oca y Rodríguez-Alcocer (2019) donde se verifica que que el principal financiamiento para el inicio del negocio y el desarrollo de las estrategias son de por aportes propios de los dueños.

En tanto, para un mejor desarrollo de la ganadería, que es la meta principal de la empresa en evaluación, con el desarrollo de la tecnificación y los procesos de crianza, se observa un trabajo interesante desarrollado en Cuba, donde se aplica los métodos de geolocalización y fotogrametría, para la mejor ubicación de espacios para la ganadería y agricultura.

Implicancias

Este trabajo puede llegar a trascender en la comunidad para los negocios que están iniciándose, tanto en la operatividad como en el aspecto financiero, para una próxima investigación el horizonte de evaluación va a permitir tener mayores datos que puedan ser utilizados para mejores decisiones, además de poder utilizarlos en empresas de mayor envergadura.

Una implicancia importante del estudio es la parte metodológica, este estudio incita a que próximas investigaciones se realicen de manera experimental con el fin de obtener mayores conocimientos y no solo descriptivas o planteados como planes de negocio. Los estudios experimentales nos permiten verificar mejoras o puesta en marcha de pilotos que nos dejan mejores conclusiones.

Conclusiones

1. El presente trabajo tiene como principal hallazgo, que la implementación de estrategias comerciales y financieras lograron mejorar el promedio de ventas de la empresa Granja El Roso, teniendo suficientes evidencias estadísticas para inferir que el uso de estas estrategias impacta directamente en las ventas de las empresas avícola-ganaderas. De manera general se cumple con la hipótesis planteada por el investigador
2. En lo que respecta a la venta de cuyes, la implementación de estrategias comerciales y financieras si lograron mejorar significativamente el incremento en el promedio de ventas, por lo tanto, es recomendable seguir con el proceso de las estrategias y planificar programas de marketing.
3. En cuanto a la venta de patos, la implementación de estrategias comerciales y financieras no lograron mejorar significativamente el incremento en el promedio de ventas, ello puede entenderse a la cantidad que se ha venido comercializando, estando en un estado inicial de crecimiento, sin embargo, para una próxima medición se espera que las estrategias implementadas también tengan efecto en las ventas de esta ave.

REFERENCIAS

- Ansoff, H. I. (1957). Strategies for Diversification. *Harvard Business Review*, 113-124.
https://doi.org/http://sgpwe.izt.uam.mx/files/users/uami/sppc/130/Gestion_y_Contr ol_Estrategico_I/Lectura_10._Ansoff_Igor_Strategies_for_Diversification.pdf
- Arias, J. L. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Arequipa: ENFOQUES CONSULTING EIRL.
- Arias, J. L., & Covinos, M. (2021). *Diseño y Metodología de la investigación*. Arequipa: ENFOQUES CONSULTING EIRL.
http://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2260/1/Arias-Covinos-Dise%c3%b1o_y_metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. A., & Miranda, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206.
<https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Armijos, L. A., Aymara, V. D., & Rojas, J. M. (2020). Matriz de producto/mercado de Ansoff: Una revisión bibliográfica en latinoamérica (2008-2018). *Tambara*, 11(67), 942-957. https://tambara.org/wp-content/uploads/2020/04/Matriz-de-producto-mercado-de-Ansoff_Armijos_Aymara_Rojas.pdf
- Canossa-Montes de Oca, H., & Rodríguez-Alcocer, R. (2019). ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO, UN RETO PARA LAS PYMES COMERCIALES DE GUANACASTE. *InterSedes*, XX(42), 105-117.
<https://doi.org/https://doi.org/10.15517/isucr.v20i42.41845>
- Castro, E. (2010). Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas. *Ciencias Económica*, 28(1), 247-276.
<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/download/7073/6758/0>
- Correa-García, J. A., & Correa-Mejía, D. A. (2021). Importancia del estado de flujos de efectivo para la gestión financiera sostenible. *Cuadernos de Contabilidad*, 22(1), 1-19. <https://doi.org/https://doi.org/10.11144/Javeriana.cc22.iefe>

- Díaz, G. A., Quintana, M. D., & Fierro, D. G. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *Innova research journal*, 6(1), 145-161. <https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>
- FAO. (2018). *Soluciones ganaderas para el cambio climático*. Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura. <https://www.fao.org/3/I8098ES/i8098es.pdf>
- FAO. (16-18 de MARZO de 2022). *Integración del sector ganadero en las medidas nacionales de acción por el clima teniendo en cuenta su adaptación y resiliencia al cambio climático y su contribución a la biodiversidad y los servicios ecosistémicos*. COMITÉ DE AGRICULTURA. SUBCOMITÉ DE GANADERÍA. Primera reunión: <https://www.fao.org/3/ni006es/ni006es.pdf>
- Frias , H., Murga, N. L., & Choque, J. (2020). Double Purpose Livestock In The District Of Huambo, Province Of Rodríguez De Mendoza - Amazonas: Characterization And Proposal. En N. R. Murga, *Agronegocios y ganadería sostenible*. (págs. 47-79). Universidad del Zulia; Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. <https://doi.org/http://doi.org/10.38202/agronegocios>
- García , S. L. (2017). LAS EMPRESAS AGROPECUARIAS Y LA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 40(1), 583-594. <https://www.redalyc.org/pdf/141/14152127007.pdf>
- Gaytán, J. (2021). Estrategia financiera, teorías y modelos. *Mercados y Negocios*, 1(44), 96-108. <https://www.redalyc.org/journal/5718/571867949007/571867949007.pdf>
- Gerber, P. J., Steinfeld, H., Henderson, B., Mottet, A., Opio, C., Dijkman, J., . . . Tempio, G. (2013). *Enfrentando el cambio climático a través de la ganadería – Una evaluación global de las emisiones y oportunidades de mitigación*. Roma: Organización de las naciones unidas para la alimentación y la agricultura (FAO). <https://www.fao.org/3/i3437s/i3437s.pdf>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: Mc-GrawHill Education.
- Herrera-Sánchez, M. J., Casanova-Villalba, C. I., Herrera-Enríquez, G., Preciado-Ortiz, F. L., & Bravo-Bravo, I. F. (2022). *Estrategia y Ventaja Competitiva - Compilación y*

- Análisis.* Guayaquil-Ecuador: Editorial Grupo Compás.
<http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/731/1/Estrategia%20y%20Ventaja%20Competitiva%20-%20Compilacio%CC%81n%20y%20Ana%CC%81lisis.pdf>
- Kajjak, N. (2015). *Crinza tecnificada de cuyes*. INSTITUTO NACIONAL DE INNOVACIÓN AGRARIA - INIA.
https://repositorio.inia.gob.pe/bitstream/20.500.12955/144/1/Crianza_cuyes_2015.pdf
- León-Rodríguez, I. C., Lituma-Zhunio, N. N., & Veintimilla-Luna, G. E. (2022). Estudio situacional de la actividad ganadera en la parroquia Ayapamba, Cantón Atahualpa. *Revista Sociedad & Tecnología*, 5(S2), 443-457.
<https://doi.org/https://doi.org/10.51247/st.v5iS2.311>
- Lopes, M., Moraes, M. I., & Wilcox, R. (2020). Ganadería en el mundo americano: algunas reflexiones sobre tecnología, consumo e intercambio. *Mundo Agrario*, 21(46), e129.
https://doi.org/https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.11718/pr.11718.pdf
- López-Zapata, E., López-Moros, G. P., & Agudelo-Muñoz, S. M. (2019). Relación entre Estrategias Competitivas y Tipos de Aprendizaje Organizativo en Empresas Colombianas. *Información Tecnológica*, 30(5), 191-202.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000500191>
- Monar-Barragán, H. P., Rosero-Gómez, C. A., López, S. C., & Jácome-Negrete, I. V. (2020). Nomenclatura y usos de los patos comercializados en mercados de la provincia de pichincha, ecuador. *ETHNOSCIENTIA*, 5(1).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22276/ethnoscientia.v5i1.295>
- Opio, C., & Sangoluisa, P. (2022). *Innovaciones en el sector ganadero - Compendio de experiencias en América Latina y el Caribe 2021*. Panamá. FAO e IICA.
<https://doi.org/https://doi.org/10.4060/cc0876es>
- Pérez, A. E., & Bojórquez, M. I. (2019). Aplicación del modelo de las 5 fuerzas en el sector porcino en Yucatán. *Hitos de ciencias económico administrativas*, 25(72), 239-251.
<https://doi.org/https://doi.org/10.19136/hitos.a25n72.3616>

- Peris-Ortiz, M., Rueda-Armengo, C., & Benito-Osorio, D. (2013). *Matriz de Crecimiento Empresarial*. Universidad Politécnica de Valencia y Universidad Rey Juan Carlos: https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/31220/Matriz%20de%20crecimiento_submissionb.pdf?sequence=5
- Porter, M. (2011). ¿Qué es la estrategia? *Harvard Business Review*, 100-117. <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-03/Unidad1/ESTRATEGIA%20MPORTER%202011.pdf>
- Porter, M. (2017). *Ser competitivo*. México DF: Grupo editorial Patria.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. 23.^a edición. Retrieved 04 de junio de 2023, from RAE: <https://dle.rae.es/estrategia>
- Ríos, A., & del Río, A. (2022). Hacia un sistema de información sobre la producción. *Ingeniería Agrícola*, 12(3), 20-27. <https://cu-id.com/2284/v12n3e03>
- Ríos, R. R. (2017). *Metodología para la investigación y redacción*. Málaga: Servicios Académicos Intercontinentales S.L. <http://www.eumed.net/libros/libro.php?id=1662>
- Roca, A. M., Montesinos, E. D., & Dávila, G. (2020). Estrategias financieras sostenibles aplicadas ante situaciones de riesgo empresarial: un análisis bibliográfico. *Revista Valor Contable*, 7(1), 79-90. https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1398/1754
- Sandoval, D. M., & Sandoval Pozo, D. M. (2022). Estrategias financieras. En tiempo de crisis para las pymes de la ciudad de Tulcán. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(S2), 268-276. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/download/2781/2743/>
- Schiere, H., Tegegne, A., & Van Veenhuizen, R. (2001). Cría de animales en las ciudades y sus alrededores. *Revista Agricultura Urbana*, 1(2). <https://doi.org/https://ruaf.org/assets/2020/01/RAU2.pdf>
- Skånberg, L., Newberry, R. C., Estevez, I., & Keeling, L. J. (2023). Environmental change or choice during early rearing improves behavioural adaptability in laying hen chicks. *Scientific Reports*, 13(6178). <https://doi.org/https://doi.org/10.1038/s41598-023-33212-0>

Slusarczyk, M., & Morales, N. H. (2016). Análisis de las estrategias empresariales y de las TIC. *3C Empresa*, 5(1), 29-46.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2016.050125.29-46>

Universidad Privada del Norte. (19 de enero de 2023). *Código de ética para la investigación científica en UPN*. Universidad Privada del Norte :
<https://www.upn.edu.pe/sites/default/files/documentos/codigo-de-etica-para-la-investigacion-cientifica-en-upn.pdf>

ANEXOS

ANEXO N° 1. Matriz de consistencia

Título: IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS FINANCIERAS Y COMERCIALES APLICADAS POR LA EMPRESA GRANJA EL ROSO, AÑO 2023					
Problema	Hipótesis	Objetivos	Variables	Indicadores	Diseño de la investigación
Problema General: ¿Cuál es el impacto de las estrategias financieras y comerciales en los resultados de la empresa Granja El Roso en el año 2023? a) ¿Cuál es el impacto de las estrategias financieras y comerciales en la ventas de cuyes de la empresa Granja El Roso en el año 2023? b) ¿Cuál es el impacto de las estrategias financieras y comerciales en la ventas de patos de la empresa Granja El Roso en el año 2023?	Hipótesis General: La aplicación de estrategias financieras y comerciales impactan significativamente en los resultados de la empresa Granja El Roso en el año 2023 a) La aplicación de estrategias financieras y comerciales impactan significativamente en las ventas de cuyes de la empresa Granja El Roso en el año 2023. b) La aplicación de estrategias financieras y comerciales impactan significativamente en las ventas de patos de la empresa Granja El Roso en el año 2023	Objetivo General: Determinar el impacto de las estrategias financieras y comerciales aplicadas en los resultados de la empresa Granja El Roso en el año 2023 a) Evaluar el impacto de las estrategias financieras y comerciales aplicadas en las ventas de cuyes de la empresa Granja El Roso en el año 2023 b) Comprobar el impacto de las estrategias financieras y comerciales aplicadas en las ventas de patos de la empresa Granja El Roso en el año 2023	Variable (1) Resultados antes de aplicación de las estrategias comerciales y financieras Variable (2) Resultados después de la aplicación de las estrategias comerciales y financieras	Ventas quincenales desde set.22 hasta feb-23 Ventas quincenales desde mar-23 hasta jun-23	Enfoque: Cuantitativo Alcance: Explicativo Diseño: Cuasiexperimental Población y Muestra serie de datos quincenales calendarios observados desde setiembre del 2022 hasta junio del 2023

ANEXO N° 2. Turnitin

The screenshot displays a Turnitin report for a document titled "IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS FINANCIERAS Y COMERCIALES APLICADAS POR LA EMPRESA GRANJA EL ROSO, AÑO 2023". The user is identified as Aaron Vega. The report shows a similarity score of 20%. The document is a research paper for a degree in Administration and International Business, authored by Aaron Mark Vega Chuman, supervised by Mg. Victor Fabian Romero Escalante. The report lists nine sources contributing to the similarity score.

“IMPACTO DE LAS ESTRATEGIAS FINANCIERAS Y COMERCIALES APLICADAS POR LA EMPRESA GRANJA EL ROSO, AÑO 2023”

Trabajo de investigación para optar al título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autor;

Aaron Mark Vega Chuman

Asesor:

Mg. Victor Fabian Romero Escalante
Código ORCID 0000-0002-7186-9411

Lima - Perú

Resumen de coincidencias

20 %

Rank	Source	Percentage
1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	4 %
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	3 %
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1 %
4	www.coursehero.com Fuente de Internet	1 %
5	www.slideshare.net Fuente de Internet	1 %
6	rus.ucf.edu.cu Fuente de Internet	1 %
7	www.clubensayos.com Fuente de Internet	1 %
8	cdn.www.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
9	vdocumento.com Fuente de Internet	<1 %