

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**TESIS PARA OBTENER
EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**RENTABILIDAD DEL MERCADO MODELO DE LA
PROVINCIA DE CHACHAPOYAS, AÑO 2021**

Autora:

Bach. Yeri Marisol Tocto Aquino

Asesor:

Mag. Dennis Brayan Baique Timaná

Registro: (.....)

CHACHAPOYAS – PERÚ

2024

DEDICATORIA

A mi papá, compañero de camino y faro en la oscuridad, quien ha iluminado mi sendero educativo desde mi infancia hasta este momento. Gracias por creer en mí y recordarme siempre que puedo ser mejor.

A mi mamá, mi mejor amiga y cómplice, quien ha sido mi fuente de inspiración y motivación. Su amor y apoyo incondicional me han permitido superar obstáculos y alcanzar mis sueños.

A mis hermanos, por su constante apoyo y confianza en mí. Gracias a ustedes por ser mi inspiración y motivación para alcanzar mis sueños profesionales.

Con profunda gratitud y afecto, gracias por permitirme explorar mis sueños y ambiciones en este lugar de aprendizaje, donde he encontrado mi propósito y verdadero potencial.

Yeri Marisol

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por la vida y la fortaleza que me ha otorgado, así como por su guía constante al rodearme de personas e instituciones que han sido fundamentales para alcanzar mis metas.

A mi tía Eudocia, por su apoyo incondicional, por cuidarme cuando papá y mamá no estaban, por inculcarme valores y principios, que siempre me han guiado en el camino correcto.

A mi querida Maya, quien estuvo de principio a fin en esta etapa de mi vida, tú presencia en mi vida ha sido un regalo invaluable, este logro es nuestro.

A mi asesor Mag. Dennis, por su paciencia y dedicación. Gracias por proporcionarme las herramientas y el conocimiento necesario y oportuno para ejecutar esta tesis con éxito.

Yeri Marisol

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ
DE MENDOZA DE AMAZONAS**

PHD. JORGE LUIS MAICELO QUINTANA

Rector

DR. OSCAR ANDRÉS GAMARRA TORRES

Vicerrector Académico

DRA. MARÍA NELLY LUJAN ESPINOZA

Vicerrectora de Investigación

MAG. CIRILO LORENZO ROJAS MALLQUI

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-L

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (X)/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada RENTABILIDAD DEL MERCADO MODELO DE LA PROVINCIA DE CHACHAPOYAS, AÑO 2021 del egresado YERI MARISOL TOCTO AQUINO de la Facultad de CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de esta Casa Superior de Estudios.

El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

Chachapoyas, 19 de SEPTIEMBRE de 2024

Firma y nombre completo del Asesor

Mag. Dennis Brayán
Baigue Trmanc



JURADO EVALUADOR DE LA TESIS



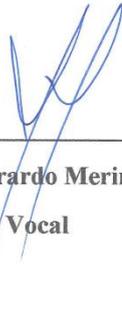
Dra. Rosa Ysabel Bazán Valque

Presidente



Dr. Alex Javier Sánchez Pantaleón

Secretario



Dr. Luis Gerardo Merino Cava

Vocal

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL

PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-Q

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

RENTABILIDAD DEL MERCADO MODELO DE LA
PROVINCIA DE CHACHAPOYAS, AÑO 2021

presentada por el estudiante ()/egresado (X) YERI MARISOL TOCOTO AQUINO

de la Escuela Profesional de ADMINISTRACION DE EMPRESAS

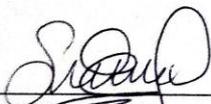
con correo electrónico institucional 7536364981@untrm.edu.pe

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- La citada Tesis tiene 16 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (X) / igual () al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 21 de OCTUBRE del 2024


SECRETARIO


VOCAL


PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

.....
.....

REPORTE TURNITIN

RENTABILIDAD DEL MERCADO MODELO DE LA PROVINCIA DE CHACHAPOYAS, AÑO 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD

16%	15%	2%	6%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	cict.umcc.cu Fuente de Internet	3%
2	docplayer.es Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	1%
4	Mario Roberto Salazar Dávila. "Inteligencia emocional en estudiantes de PEM en Pedagogía y Administración Educativa, Centro Universitario de Oriente", Revista Diversidad Científica, 2023 Publicación	1%
5	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
6	repositorio.upse.edu.ec Fuente de Internet	1%
7	repositorio.unapiquitos.edu.pe Fuente de Internet	<1%



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-S

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 06 de noviembre del año 2024 siendo las 11:00 horas, el aspirante: Yeri Marisol Tocto Aquino, asesorado por Mag. Dennis Brayan Baique Timaná defiende en sesión pública presencial () / a distancia () la Tesis titulada: Rentabilidad del Mercado Modelo de la Provincia de Chachapoyas, año 2021, para obtener el Título Profesional de Licenciada en Administración de Empresas a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Dra. Rosa Ysabel Bazán Valque

Secretario: Dr. Alex Javier Sánchez Pantaleón

Vocal: Dr. Luis Gerardo Merino Cava



Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado () por Unanimidad () / Mayoría () Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 11:58 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

[Signature]
SECRETARIO

[Signature]
VOCAL

[Signature]
PRESIDENTE

OBSERVACIONES:

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS.....	iv
VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS.....	v
JURADO EVALUADOR DE LA TESIS	vi
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS.....	vii
REPORTE TURNITIN.....	viii
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS.....	ix
ÍNDICE.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
I. INTRODUCCIÓN.....	15
II. MATERIAL Y MÉTODOS.....	21
III. RESULTADOS.....	24
IV. DISCUSION.....	31
V. CONCLUSIONES.....	34
VI. RECOMENDACIONES.....	36
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	37
ANEXOS	40

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Diagnóstico de infraestructura tiendas en el mercado modelo Chachapoyas ..	25
Tabla 2. Análisis de los ingresos en el mercado modelo de Chachapoyas, 2021.....	26
Tabla 3. Gastos del servicio que brinda el mercado Modelo de Chachapoyas, 2021 ..	27

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Caracterización de los pilares económicos y los factores clave que impactan en la rentabilidad del mercado modelo de Chachapoyas	24
Figura 2. Perspectivas y estrategias de mejora para la gestión del mercado modelo Chachapoyas	28

RESUMEN

Este estudio analiza la gestión del mercado modelo de Chachapoyas, enfocándose en evaluar su rentabilidad e infraestructura. Además, propone estrategias para optimizar su sostenibilidad y competitividad en el contexto post-COVID-19. El objetivo principal fue caracterizar la rentabilidad del mercado durante el año 2021, identificando los factores económicos, de infraestructura y servicios que afectan su competitividad y sostenibilidad. Este estudio realiza un análisis estadístico descriptivo exhaustivo del mercado modelo de Chachapoyas, evaluando su rentabilidad e infraestructura a través de indicadores clave. La combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas permitieron identificar patrones y áreas de mejora para fortalecer su sostenibilidad y competitividad en un contexto post-COVID-19. Los resultados destacan la necesidad de optimizar la gestión del mercado para fortalecer su rol en la comunidad, enfatizando la importancia de estrategias adaptativas que promuevan el bienestar social y la resiliencia económica. Este enfoque integral resalta la relevancia de considerar el impacto social en la formulación de estrategias para asegurar una mejora sostenida y equitativa del mercado modelo de Chachapoyas.

Palabra clave: Competitividad, factores económicos, mercado, rentabilidad.

ABSTRACT

This study analyzes the management of the Chachapoyas model market, focusing on evaluating its profitability and infrastructure. Additionally, it proposes strategies to optimize its sustainability and competitiveness in the post-COVID-19 context. The main objective was to characterize the market's profitability during 2021, identifying the economic, infrastructure, and service factors that affect its competitiveness and sustainability. This study conducts a comprehensive descriptive statistical analysis of the Chachapoyas model market, assessing its profitability and infrastructure through key indicators. The combination of quantitative and qualitative techniques allowed for the identification of patterns and areas for improvement to strengthen its sustainability and competitiveness in the post-COVID-19 context. The results highlight the need to optimize market management to enhance its role in the community, emphasizing the importance of adaptive strategies that promote social well-being and economic resilience. This comprehensive approach underscores the relevance of considering social impact in the formulation of strategies to ensure sustained and equitable improvement of the Chachapoyas model market.

Keywords: competitiveness, economic factors, market, profitability.

I. INTRODUCCIÓN

La rentabilidad de los mercados tradicionales no solo es un indicador económico, sino también un reflejo de su capacidad para sostener el tejido social y cultural de las comunidades. A nivel global, la evolución de los mercados locales ha sido estudiada como un fenómeno que refleja la resiliencia de las economías locales ante la presión de la globalización y la modernización (Turner, 2020). En el contexto de América Latina, y particularmente en Perú, los mercados tradicionales siguen siendo fundamentales para la economía informal, sirviendo de red de apoyo para miles de familias que dependen de estos espacios para su subsistencia (Hernández & Gómez, 2021).

Para ello Sánchez (2020) afirma que la rentabilidad es uno de los indicadores financieros más relevantes, sino el más importante, para medir el éxito de un negocio; agrega que una rentabilidad sostenida combinada con una política de dividendos cautelosa, conlleva a un fortalecimiento del patrimonio. En este mismo orden de ideas, Pacheco et al. (2020) menciona que los indicadores son un instrumento básico de las prácticas directivas para el control y el despliegue de las estrategias en cada una de las áreas funcionales de las empresas: producción, mercadeo, recursos humanos y finanzas. Una práctica común dentro de muchas organizaciones consiste en aplicar indicadores en cada una de las mencionadas áreas.

Una importante herramienta para el flujo de información financiera y no financiera que conlleve a la toma de decisiones oportunas, la constituyen los sistemas de control de gestión. Anthony y Govindarajan (2021) consideran dichos sistemas como una ayuda para empujar a las empresas hacia sus objetivos de largo plazo, centrándose principalmente en la implementación estratégica. En este sentido, Beltrán (2020) indica que el control de gestión es un instrumento gerencial, integral y estratégico que, apoyado en indicadores, índices y cuadros producidos en forma sistemática, periódica y objetiva, permite que la empresa sea efectiva para captar recursos, eficiente para transformarlos y eficaz para canalizarlos. Así mismo, Chávez (2020) comenta que el control de la gestión descansa sobre el seguimiento y la medición de indicadores.

La rentabilidad, se define como la capacidad de una empresa para obtener beneficios en relación con sus recursos y gastos, reflejando la eficiencia con la que se utilizan los

recursos para generar ganancias. Esta medida es crucial para evaluar el desempeño financiero y la viabilidad económica de una empresa, permitiendo comparar su rendimiento con otras y evaluar su sostenibilidad a largo plazo (Brigham y Houston, 2022).

A nivel de Perú, la rentabilidad de los mercados tradicionales ha cobrado una importancia particular tras la pandemia de COVID-19. Según un estudio realizado por el INEI (2022) la pandemia alteró significativamente las dinámicas económicas y sociales de estos mercados, evidenciando su rol como pilares fundamentales para la subsistencia de pequeños comerciantes y como centros de interacción comunitaria. La resiliencia de estos mercados frente a las crisis resalta la necesidad de políticas públicas que apoyen su modernización sin perder su esencia social, lo que es crucial para su sostenibilidad en el tiempo. Según lo anteriormente planteado por Montilva (2020) destaca la importancia de la información para llevar a cabo los procesos de identificación y selección de acciones adecuadas, para la solución de problemas específicos. La toma de decisiones basada en la información es pues una actividad fundamental en las empresas actuales; puede decirse que es la base para la supervivencia y buen funcionamiento de las mismas.

La trascendencia de los mercados nacionales en el Perú se manifiesta no solo en su capacidad para dinamizar la economía, sino también en su influencia directa sobre los mercados regionales, que son esenciales para el desarrollo económico local. Los mercados nacionales actúan como nodos centrales que integran a los productores y comerciantes regionales en cadenas de valor más amplias, facilitando el acceso a insumos, tecnología y financiamiento.

A través de su impacto en los mercados regionales, los mercados nacionales promueven la competitividad y la diversificación económica. Esta integración es crucial para los pequeños productores y comerciantes, quienes dependen de los mercados regionales para colocar sus productos y, a su vez, de los mercados nacionales para alcanzar una mayor escala de operación. En términos de importancia, los mercados nacionales sirven como un motor de crecimiento que puede catalizar el desarrollo regional, reducir las disparidades económicas y fortalecer las economías locales. Al conectar regiones diversas, los mercados nacionales contribuyen a la cohesión territorial y a la resiliencia económica del país. Esta interdependencia entre los mercados nacionales y regionales

acentúa la necesidad de políticas públicas que fortalezcan esta dependencia, asegurando que los beneficios del crecimiento económico se distribuyan de manera equitativa a lo largo del país Aizenman y Pinto (2020).

El Mercado Modelo de la Provincia de Chachapoyas, en 2021, se presenta como un microcosmos de estas dinámicas. Este mercado no solo actúa como un motor económico, sino también como un centro de interacción social, donde se tejen relaciones comunitarias y se perpetúan prácticas culturales. La importancia de estas áreas radica en su capacidad para ofrecer empleo, generar ingresos y mantener el acceso a bienes fundamentales para la población (Valdivia, 2021).

Desde un enfoque social, la investigación sobre la rentabilidad de este mercado busca entender cómo estas dinámicas económicas afectan el bienestar de las familias involucradas y su capacidad para sostenerse en un entorno económico que está en constante cambio. Además, permite identificar las estrategias que podrían mejorar tanto la viabilidad económica del mercado como su impacto positivo en la comunidad.

Dentro del alcance de la indagación se puede resaltar enfoques a nivel internacional según Pérez (2023), el propósito de su indagación estuvo enfocado en el análisis financiero del reconocimiento contable de los tributos devengados, en los estados financieros de las municipalidades Esquipulas, Ipala y Quezaltepeque del departamento de Chiquimula. Para ello, empleó un método analítico con un enfoque mixto en tres municipalidades de la jurisdicción intervenida. Los resultados revelan que las municipalidades gestionan sus tributos municipales, generan cuentas corrientes y determinan las obligaciones de pago de los contribuyentes, es decir, las cuentas por cobrar. En conclusión, considera cómo se contabilizan estos tributos en las municipalidades de Chiquimula presentando efectos positivos en los indicadores financieros, reduciendo las pérdidas en el estado de resultados y aumentando los activos de las entidades estudiadas, Además, se identificó la necesidad de que las municipalidades refuercen la gestión de cobro.

Ramírez (2021), en su artículo, resaltó la importancia de la contabilidad gerencial en el sector comercial y, para ello, contempló una investigación de tipo básica-descriptiva. Tuvo como resultado las proyecciones de estados financieros de un estudio que incorporó indicadores financieros para el análisis. Se concluyó que, dentro del análisis, se resaltó la importancia de la contabilidad gerencial en este sector comercial, considerándola una herramienta esencial que permitió a la gerencia tomar decisiones óptimas en beneficio de la organización, manteniendo estrategias contables favorables para su desarrollo económico.

Arévalo (2020), dentro de las perspectivas de su indagación caracterizada en el Análisis económico y financiero de la Municipalidad Distrital de San Juan Bautista enfocada en su centro de abasto, empleando una metodología descriptiva no experimental. Teniendo como resultado que la liquidez corriente es insuficiente, aunque la prueba ácida revela compromisos mínimos para cumplir con las obligaciones y la liquidez absoluta muestra que la capacidad de pago de la municipalidad es limitada, lo que podría dificultar el cumplimiento de deudas. En conclusión, la municipalidad requirió de autonomía financiera en sus diferentes actividades dentro de su sector comercial debido a sus bajos recursos propios y su dependencia de otras fuentes de financiamiento, lo que propició una propuesta de mejora en su actividad comercial de abasto para la comunidad, especialmente en lo relacionado con la infraestructura.

Flores y Espinoza (2022), el propósito de su indagación fue examinar la evolución de los ingresos económicos de la Municipalidad Provincial de Maynas en los años 2017 y 2020, este estudio se llevó a cabo bajo un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo no experimental – transversal. Los resultados señalan que el ingreso económico mayor se basa en las actividades de donaciones y transferencias. Se concluyó que los ingresos económicos de la municipalidad experimentaron una tendencia negativa durante el período de estudio, lo que no solo impactó en la capacidad financiera de la institución, sino que también afectó la calidad y disponibilidad de servicios esenciales para la comunidad. Esta disminución en los ingresos comprometió la capacidad de la municipalidad para implementar programas sociales, mejorar la infraestructura pública y de los mercados corporativos y garantizar el bienestar de los ciudadanos, generando así una mayor vulnerabilidad socioeconómica en la población local y dependiendo de ello la competitividad y la gestión administrativa.

Guevara (2023), el propósito de la indagación se centró en analizar la rentabilidad de la corporación comercial de abastos durante los años 2019 al 2022, utilizando un enfoque cuantitativo y descriptivo con un diseño no experimental. El análisis reveló variaciones en el rendimiento del capital propio y en el rendimiento mínimo de los activos, atribuibles a una clasificación inadecuada de gastos y costos, así como a una falta de control sobre inventarios, propiedades y equipos. Los resultados indicaron que el año 2019 fue el más productivo, con un rendimiento del 35% en el patrimonio, un 26% en los activos y un margen de beneficio neto del 5%. Se concluyó que, aunque el año 2019 fue el año más productivo, la falta de control financiero y administrativo tuvo repercusiones significativas en los años siguientes. Estas deficiencias no solo afectaron la rentabilidad corporativa, sino que también repercutieron en el bienestar de los empleados y en la capacidad de la corporación comercial de abastos para contribuir al desarrollo económico de la comunidad la cual se basa en la una inclusión social. La inadecuada gestión de recursos y la falta de inversiones estratégicas limitaron la creación de empleo, la estabilidad laboral y la capacidad para implementar una mejora de la actividad socioeconómica de las familias dependientes en la adquisición de productos.

Villegas (2023), en su indagación su enfoque fue analizar los estados financieros de la del centro de abastos durante los años 2019 - 2020, empleó una metodología cuantitativa de tipo aplicada y descriptiva, con un diseño no experimental. La caída en las ventas durante el periodo 2019-2020, atribuida a la crisis económica y social provocada por la pandemia de COVID-19, llevó a una notable disminución en los indicadores de gestión de dicho centro de abastos. Esta disminución afectó tanto los indicadores de liquidez y endeudamiento, que son cruciales para tomar decisiones financieras informadas, como los indicadores de gestión y rentabilidad, que son esenciales para la formulación de estrategias. La crisis no solo impactó la estabilidad financiera, sino que también repercutió negativamente en el empleo y en el bienestar de los trabajadores. Las decisiones estratégicas derivadas de estos indicadores son vitales para abordar las deficiencias identificadas y para fomentar la recuperación económica. En conclusión, al mejorar la gestión y rentabilidad, la empresa no solo busca recuperar su estabilidad financiera, sino también reintegrar a sus empleados en un entorno laboral seguro, contribuyendo así al bienestar social y económico de la comunidad afectada por la crisis.

En este contexto, el análisis de la rentabilidad del Mercado Modelo de la Provincia de Chachapoyas en 2021 adquiere relevancia no solo por su contribución económica, sino también por su papel en la sostenibilidad social y cultural de la región. Este mercado, al igual que muchos otros en el país, enfrenta desafíos relacionados con la modernización, la competencia desleal, y las condiciones económicas cambiantes que impactan tanto la oferta como la demanda local. La investigación de la rentabilidad de este mercado permitirá entender mejor las dinámicas económicas locales, y contribuirá a la formulación de estrategias que potencien su viabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

A partir de ello se presenta el siguiente problema de la indagación ¿Cuáles son los factores económicos, de infraestructura y servicios que impactan la rentabilidad y competitividad del mercado modelo de la Provincia de Chachapoyas en el año 2021? De esta manera se presenta la disyuntiva de los problemas ¿Cuál serán los pilares económicos que permita identificar los factores claves del mercado modelo Chachapoyas?, ¿Cuál serán las condiciones de infraestructura y servicios del mercado modelo y cómo influyen en la competitividad y atracción de consumidores?, ¿Cómo será la propuesta de estrategias de mejora en la gestión en la optimización de su rentabilidad del mercado modelo Chachapoyas?

A partir de ello se puede exteriorizar el Objetivo general enfocado en: Evaluar la rentabilidad del mercado modelo de la Provincia de Chachapoyas en el año 2021, identificando los factores económicos, de infraestructura y servicios que impactan su competitividad y sostenibilidad. caracterizado con los siguientes objetivos específicos que se subrayan OE1: Analizar los pilares económicos del mercado modelo de Chachapoyas para identificar los factores clave que impactan su rentabilidad. OE2: Evaluar las condiciones de infraestructura y servicios del mercado modelo, determinando cómo influyen en la competitividad y atracción de consumidores. OE3: Proponer estrategias de mejora en la gestión del mercado, basadas en el análisis previo, para optimizar su rentabilidad y adaptabilidad a las nuevas condiciones económicas y sociales post-COVID-19.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

Población Muestral

Según Tamayo (2021), la población muestral es un conjunto de elementos seleccionados de una población más grande para ser estudiados en una investigación. Esta selección se realiza con el objetivo de obtener información que permita hacer inferencias o generalizaciones sobre la población total. En el contexto de un estudio documental, la población muestral fue compuesta por todos los documentos o registros disponibles que sean relevantes para el tema de investigación.

La población muestral de esta indagación fue constituida por los documentos financieros clave del mercado modelo de la Provincia de Chachapoyas para el año 2021, incluyendo los estados financieros. Estos documentos reflejan de manera integral la actividad económica y la rentabilidad del mercado durante el período de estudio.

Donde se analizó todos los documentos disponibles sin hacer un muestreo parcial, la población muestral se refiere a la totalidad de los datos financieros relevantes para el objetivo de la investigación. Este enfoque documental asegura que se obtenga una visión completa y precisa del desempeño financiero del mercado en el año 2021.

Variable

Rentabilidad

La rentabilidad se define como el rendimiento del capital de una empresa en un período determinado donde se compara los ingresos y los recursos propios de la empresa. Es un indicador de rendimiento que mide la utilidad y ganancia de manera eficiente para la toma de decisiones. Con la finalidad de ver si una empresa es rentable o no. (García y Paredes, 2022)

Métodos

Tipo investigación

La investigación fue básica, según Hernández y Mendoza (2022) “la indagación básica es aquella en la que se ejecuta conocimientos y teorías de acuerdo a las variables de estudio”.

Nivel de investigación

El nivel de investigación descriptiva se centra en identificar un suceso, fenómeno, sujeto o grupo, con el fin de constituir su conducta u organización. Los efectos que producen este tipo de investigación se colocan en un nivel intermedio según la amplitud de conocimiento que requiera (Arias, 2023).

El nivel de investigación fue descriptivo, centrado en la evaluación y análisis de los estados financieros del mercado modelo de la Provincia de Chachapoyas en el año 2021. Para ello, se aplicó ratios financieros que permitieron medir la rentabilidad y otros indicadores clave de desempeño económico, tales como la liquidez, el endeudamiento y la eficiencia operativa. Este enfoque descriptivo facilitó la identificación de patrones y tendencias que puedan informar futuras decisiones estratégicas y contribuir al entendimiento del impacto económico del mercado a nivel local.

Diseño de investigación

El diseño de investigación fue no experimental, de corte transversal, porque no se realizará ninguna modificación o aplicación en las unidades de estudio, es decir, la información se obtendrá en un tiempo real. (Hernández et al. 2021).

Técnicas e instrumentos de recolección de la información

Técnica

Análisis documental: Son aquellas que acuden a fuentes secundarias de información, y entre ellas tenemos los libros, publicaciones de revistas, informes periódicos, y las estadísticas institucionales. (Hernández et al. 2021)

Se manifestó mediante una documentación por parte de la municipalidad y a su vez se tuvo en cuenta informes de estudios realizados con la misma problemática de investigación con el fin de recoger información que nos permita conocer el estado actual de la rentabilidad del mercado modelo de la Provincia de Chachapoyas en el año 2021.

Instrumento

Guía documental: Según (Hernández et al. 2021) señala que la validez en procesos comunes, hace referencia al nivel del instrumento que mide la variable que quiere medir. Para la información contable se obtuvo el estado de resultados para analizar la rentabilidad de la municipalidad a través de los ratios.

Análisis de datos

En la investigación el análisis es la etapa en que el investigador empleará los medios necesarios para estudiar la información recolectada con el fin de dar respuesta a los objetivos propuesto en el estudio. De acuerdo a las técnicas e instrumentos que se utilicen, se recomienda tener un plan de análisis, como guía al momento de procesar la información (Ramírez, 2022).

El procedimiento para el análisis de datos se realizó de la siguiente manera:

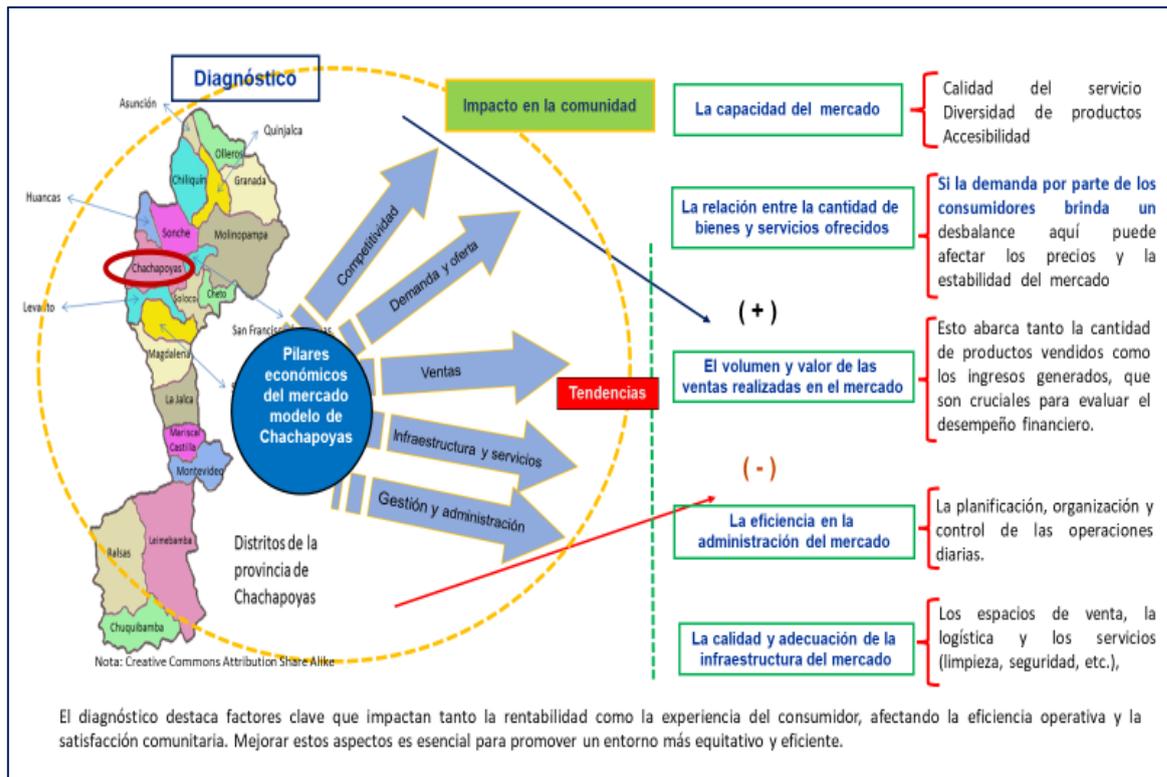
El proceso de los datos recogidos fue mediante el análisis documental, en primer lugar, se realizó una solicitud de información en la municipalidad específicamente en la gerencia de desarrollo local, una vez realizado el proceso se analizó los documentos, para poder clasificar, cuantificar y dar resultado a los objetivos propuestos en la investigación.

III. RESULTADOS

OE1: Analizar los pilares económicos del mercado modelo de Chachapoyas para identificar los factores clave que impactan su rentabilidad

Figura 1

Caracterización de los pilares económicos y los factores clave que impactan en la rentabilidad del mercado modelo de Chachapoyas.



Análisis:

El diagnóstico indica factores clave que afectan la rentabilidad del mercado, demostrando que se tienen un impacto directo en la experiencia del consumidor y en la eficiencia operativa. Estos elementos, que incluyen la calidad de la infraestructura, el acceso a servicios básicos y la organización interna, son determinantes en la capacidad del mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad, promoviendo un entorno más equitativo y favorable para todos los actores involucrados.

OE2: Evaluar las condiciones de infraestructura y servicios del mercado modelo y determinar cómo influyen en la competitividad y atracción de consumidores.

En el marco de la evaluación, se llevó a cabo un diagnóstico exhaustivo de las condiciones actuales de la infraestructura y servicios del mercado modelo. Se realizó un inventario detallado de las instalaciones disponibles, abarcando áreas de venta, instalaciones sanitarias, y otros servicios esenciales. Este diagnóstico proporciona una visión integral de la infraestructura y los servicios, permitiendo identificar áreas críticas que requieren mejoras para fortalecer la competitividad y mejorar la experiencia de los consumidores.

Tabla 1

Diagnóstico de infraestructura de las tiendas en el mercado modelo Chachapoyas

TIENDAS		
Áreas de venta disponibles N° de Tienda	Costos promedio - Pago Mensual. S/.	Ingreso Anual Total, S/.
1	438.90	4,827.90
2	439.90	4,838.90
3	440.90	4,849.90
4	441.90	4,860.90
5	442.90	4,871.90
6	443.90	4,882.90
7	444.90	4,893.90
8	445.90	4,904.90
9	446.90	4,915.90
10	438.90	2,633.40
11	438.90	4,827.90
12	439.90	4,838.90
13	440.90	4,849.90
14	441.90	4,860.90
15	442.90	4,871.90
16	443.90	4,882.90
17	444.90	4,893.90
18	445.90	4,904.90
19	446.90	4,915.90
TOTAL		90,327.60

Tabla 2

Análisis de los ingresos del mercado modelo de Chachapoyas, Año 2021.

PUESTOS			
Tipo	Cantidad	Pago Mensual S/.	Total, S/.
Abarrotes	120	79.90	115,056.00
Cocinería	23	79.90	22,052.40
Carnicería	31	79.90	29,722.80
Celulares	4	79.90	3,835.20
Cevichería	7	79.90	6,711.60
Frutas	23	79.90	22,052.40
Lácteos	8	79.90	7,670.40
Mercadería	59	79.90	56,569.20
Calzados	8	79.90	7,670.40
Panadería	10	79.90	9,588.00
Pescados	1	79.90	958.80
Plastiquería	3	79.90	2,876.40
Pollería	17	79.90	16,299.60
Verduras	21	79.90	20,134.80
Juguería	25	79.90	23,970.00
TOTAL			345,168.00

Interpretación:

A partir del análisis de los ingresos del mercado modelo de la Provincia de Chachapoyas en el año 2021, se identificó que estos provienen principalmente de 19 tiendas y 360 puestos de venta. El ingreso anual total para dicho año ascendió a S/ 435,495.60. De este monto, el mayor aporte provino del área de tiendas, que generó S/ 90,327.60, cabe resaltar que los montos pagados en tiendas corresponden a 11 meses. Este análisis subraya la importancia relativa de cada área en la estructura de ingresos del mercado, lo que puede orientar futuras estrategias de optimización.

Tabla 3

Análisis de los Costos Promedios de los Servicios disponibles en el Mercado Modelo de la Provincia de Chachapoyas, Año 2021.

Gastos promedios del servicio que brinda mercado modelo de Chachapoyas.

Personal	Sueldo	Gasto anual en personal
Administrador Municipal	S/ 1,780.00	S/ 21,360.00
Guardian 1	S/ 1,780.00	S/ 21,360.00
Guardian 2	S/ 1,780.00	S/ 21,360.00
TOTAL		S/ 64,080.00

Margen de Beneficio Generado por el Mercado Modelo de la Provincia de Chachapoyas en el Año 2021.

$$\text{Margen neto} = \left(\frac{435,495.60 - 64,080.00}{435,495.60} \right) \times 100$$

$$\text{Margen neto} = 85.3 \%$$

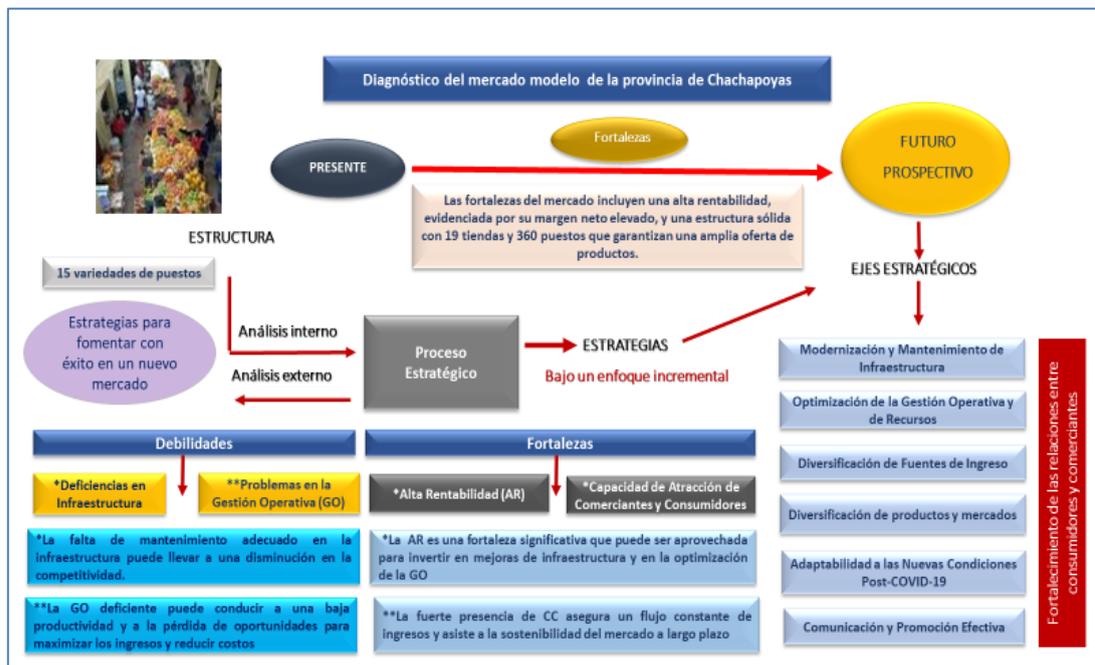
Análisis:

De acuerdo al margen de beneficio neto del mercado modelo de la Provincia de Chachapoyas en el 2021, muestra un valor caracterizado como el margen neto de 85.3%. Este resultado subraya la necesidad de mantener y fortalecer las estrategias actuales, asegurando la sostenibilidad y competitividad del mercado a largo plazo. Tomar decisiones orientadas a optimizar aún más la gestión de costos, que será clave para consolidar este éxito financiero.

OE3: Proponer estrategias de mejora en la gestión del mercado, basadas en el análisis previo, para optimizar su rentabilidad y adaptabilidad a las nuevas condiciones económicas y sociales post-COVID-19.

Figura 2

Perspectivas y estrategias de mejora para la gestión del mercado modelo Chachapoyas



Objetivo

El objetivo de esta propuesta es desarrollar e implementar estrategias efectivas de mejora en la gestión del mercado modelo de la Provincia de Chachapoyas, con el fin de optimizar su rentabilidad, fortalecer su competitividad, y adaptarlo a las nuevas condiciones económicas y sociales surgidas en el contexto post-COVID-19.

Propósito de la Propuesta

El propósito de esta propuesta es proporcionar un marco de acción detallado que permita al mercado modelo no solo mejorar su operatividad y eficiencia en el corto plazo, sino también asegurar su sostenibilidad a largo plazo.

La propuesta busca capacitar a los administradores del mercado para enfrentar los desafíos actuales y futuros, asegurando que el mercado continúe siendo un pilar económico para la comunidad local.

Enfoque de los Ejes Estratégicos:

Modernización y Mantenimiento de Infraestructura

La modernización y el mantenimiento continuo de la infraestructura del mercado son claves para asegurar su sostenibilidad a largo plazo. Un mercado moderno y bien mantenido atraerá a más comerciantes y consumidores, mejorando la experiencia de compra y aumentando la rentabilidad. Invertir en infraestructura adaptada a las necesidades actuales del mercado contribuirá a aumentar su competitividad.

Por lo que se propone la implementación de mejoras en los sistemas de agua, electricidad, espacios de venta, seguridad y accesibilidad.

Optimización de la Gestión Operativa y de Recursos

Este eje busca mejorar la eficiencia de las operaciones del mercado a través de una administración más eficaz de los recursos humanos, financieros y tecnológicos. El objetivo es maximizar la rentabilidad al reducir gastos innecesarios y mejorar la productividad de los recursos disponibles.

Por lo que se propone optimizar la gestión, capacitar al personal en nuevas tecnologías, adoptar sistemas de control y automatización, y gestionar adecuadamente los costos operativos.

Diversificación de Fuentes de Ingreso

Este eje busca crear estrategias para generar ingresos desde múltiples fuentes, reduciendo la dependencia de una sola fuente de ingreso.

Por lo que se propone introducir nuevos servicios, como áreas de gastronomía o alquilar espacios adicionales alrededor del mercado los fines de semana para generar ingresos extra para el mercado. Cumpliendo las medidas de seguridad, orden y limpieza.

Diversificación de Productos y Mercados

Es fundamental para la sostenibilidad económica del mercado diversificar las fuentes de ingreso. También puede explorarse el arrendamiento de espacios para actividades complementarias, con el fin de generar ingresos adicionales más allá de los ingresos habituales de alquileres.

Por lo que se propone la inclusión de nuevos servicios alrededor del mercado modelo para pequeños emprendedores locales en la que puedan ofrecer sus productos en tiempos específicos como: Fiestas patronales, campaña navideña o año nuevo, así mismo tener los fines de semana un espacio para áreas de gastronomía o eventos culturales.

Adaptabilidad a las Condiciones Post-COVID-19

La adaptabilidad a las condiciones post-COVID-19 en el mercado modelo se refiere a la capacidad del mercado para ajustarse y responder efectivamente a los cambios económicos, sociales y tecnológicos generados por la pandemia, mediante la implementación de estrategias innovadoras y flexibles. Este eje implica desarrollar estrategias que permitan al mercado ser más flexible ante los cambios en el comportamiento de los consumidores.

Por lo que se propone a la gestión administrativa, crear un plan de acciones que incluyan flexibilidad operativa con respecto en ajustar horarios, capacidad y mitigación de riesgos sanitarios; tener en cuenta la incorporación de plataformas digitales, mejorar las medidas de bioseguridad, y fomentar el comercio local como una respuesta a la globalización por la crisis sanitaria.

Comunicación y Promoción Efectiva

La comunicación y promoción efectiva en el mercado modelo de Chachapoyas se refiere a la estrategia integral que busca informar, atraer y retener a clientes, productores y comerciantes, mediante la utilización de canales y herramientas de comunicación eficaces, para posicionar al mercado como un lugar de compra competitivo y atractivo, aumentando su rentabilidad y contribuyendo al desarrollo económico local.

Por lo que se propone aumentar la conciencia sobre la importancia del mercado modelo; crear una página web exclusiva del mercado y redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter) para compartir información sobre productos, servicios y eventos; colaborar con productores y comerciantes para ofrecer productos exclusivos.

IV. DISCUSIÓN

La importancia de este trabajo de investigación radica en su contribución a la comprensión y mejora de la gestión del mercado modelo de Chachapoyas. En un contexto donde los mercados tradicionales desempeñan un papel vital en la economía local y en la seguridad alimentaria, optimizar su rentabilidad y adaptabilidad a las nuevas realidades económicas y sociales post-COVID-19 es relativo.

Este estudio no solo identifica las áreas críticas que requieren intervención, sino que también analiza el margen de beneficio en el mercado de la provincia de Chachapoyas, así mismo a partir de los criterios de análisis se busca proponer estrategias concretas para asegurar la sostenibilidad y competitividad del mercado, beneficiando a comerciantes, consumidores y la comunidad en general. el cual se puede fundamentar según las perspectivas de Beltrán (2020) quien destacan la importancia de analizar en profundidad las principales actividades de su centro de abastos, incluyendo una evaluación financiera y de gestión administrativa. A través de este análisis, busco optimizar la rentabilidad del mercado y el fortalecimiento de su rol para el desarrollo económico local y la cohesión social.

Dentro de la evaluación se puede resaltar la rentabilidad del mercado modelo de Chachapoyas donde el margen de beneficio generado en año 2021 fue de 85.3% el cual se puede comparar con investigaciones similares sobre centros de abastos, mercados locales en contextos económicos parecidos. A partir de ello se analiza si estos resultados confirman el comportamiento y relevancia de estas actividades con otras conclusiones de otros autores sobre la sostenibilidad financiera de los mercados tradicionales, cooperación de abastos en zonas rurales o semiurbanas. Las cuales se ven su relevancia según las caracterizaciones expresadas por Guevara y Villegas (2023).

Respecto a la importancia en la mejora de la infraestructura y la trascendencia en la competitividad a partir de la gestión administrativa de las diferentes entidades se relaciona los hallazgos con lo vertido por Arévalo (2020), quien resalta las deficiencias sobre en infraestructura estudios que permiten examinar y valorar la importancia de la calidad de las instalaciones que son la atracción y retención de los consumidores. Además, se puede resaltar la investigación de Flores y Espinoza (2022), quienes muestran cómo la modernización de la infraestructura impacta positivamente en la competitividad de

mercados en otras regiones.

Asimismo, se puede ver la relevancia de Guevara (2023) quien examina y prioriza las sugerencias para promover la inclusión social y la participación comunitaria en la gestión de la mejora de su centro de abastos los cuales se hace importante con los enfoques de la economía social y solidaria discutidos por otros autores. Además, se puede resaltar los criterios de la importancia de estos enfoques para asegurar una gestión más equitativa y sostenible.

La rentabilidad económica es una medida del rendimiento de los activos de una empresa o mercado en un periodo determinado, sin considerar la financiación. Evalúa la capacidad de generar beneficios antes de los intereses e impuestos, midiendo la eficiencia con la que se utilizan los recursos del mercado (Sánchez, 2020).

La rentabilidad en este contexto se caracteriza por márgenes de beneficio que no solo reflejan un éxito financiero, sino también una redistribución justa que permita reinversiones en mejoras del mercado. Esto incluye inversiones en infraestructura que faciliten el acceso de todos los sectores de la comunidad, incluyendo aquellos en situación de vulnerabilidad. Además, la capacidad de adaptación a la demanda debe ser vista como una forma de responder a las necesidades cambiantes de la comunidad, ofreciendo productos que promuevan la salud, el bienestar y la sostenibilidad.

Este enfoque en la rentabilidad y competitividad administrativa del mercado pone en primer plano la importancia de un desarrollo económico que sea inclusivo y que promueva el bienestar social, garantizando que los beneficios del mercado se distribuyan equitativamente y que se fomenten condiciones que apoyen a todos los miembros de la comunidad (Parada, 2020). En el contexto de un mercado como el de Chachapoyas, esta teoría puede aplicarse al observar cómo la reinversión en infraestructura del mercado y la optimización de operaciones aumenta la rentabilidad (Zamora, 2021).

Los resultados indican que, aunque el mercado modelo presenta una alta rentabilidad, existen deficiencias en la infraestructura y gestión operativa que limitan su competitividad. A partir de ello basándonos en estos hallazgos, proponemos estrategias de mejora: modernización de las instalaciones, implementación de sistemas de gestión

digital, y programas de capacitación para comerciantes. Estas acciones no solo optimizarán la rentabilidad del mercado, sino que también lo adaptarán a las nuevas condiciones económicas y sociales post-COVID-19, asegurando su sostenibilidad a largo plazo.

Para ello es importante tener en cuenta que la rentabilidad es el resultado de las actividades productivas y distributivas de un negocio o mercado, midiendo el éxito y la eficiencia de la operación. Se define como la relación entre la utilidad generada y la inversión realizada. En el contexto de un mercado, esta definición se aplica a cómo las operaciones comerciales generan ingresos y optimizan los recursos invertidos (Chavez, 2020).

V. CONCLUSIONES

- El análisis del mercado modelo de Chachapoyas ha identificado sus principales pilares económicos, que se sostienen en la diversificación de ingresos generados por sus tiendas y puestos. Con 19 tiendas y 360 puestos operativos, el mercado ha logrado una significativa generación de ingresos, con un total anual de S/ 435,495.60 soles en el año 2021. Este rendimiento financiero subraya la importancia del mercado como un motor económico clave en la región, aunque también revela la necesidad de optimizar sus fuentes de ingreso para garantizar la sostenibilidad y el crecimiento continuo.
- La evaluación de las condiciones actuales de infraestructura y servicios del mercado modelo de Chachapoyas ha revelado que, aunque el mercado posee elementos básicos necesarios para su operatividad, existen deficiencias notables en áreas clave como la modernización de las instalaciones sanitarias y el mantenimiento general de los espacios. Estas deficiencias no solo afectan la competitividad del mercado, sino que también limitan su capacidad para atraer y retener a consumidores en un entorno cada vez más exigente. Mejorar la infraestructura y los servicios es, por lo tanto, fundamental para reforzar la competitividad del mercado y satisfacer las expectativas cambiantes de los consumidores.
- La propuesta de estrategias de mejora en la gestión del mercado modelo de Chachapoyas, basada en un análisis exhaustivo previo, ofrece un camino claro para optimizar la rentabilidad y adaptabilidad del mercado a las nuevas condiciones económicas y sociales post-COVID-19. La modernización de la infraestructura, la digitalización y la diversificación de fuentes de ingreso se destacan como medidas esenciales para garantizar la sostenibilidad del mercado a largo plazo. Estas estrategias no solo buscan mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del consumidor, sino también fortalecer la posición competitiva del mercado en un entorno dinámico y en constante cambio.

- La evaluación del mercado modelo de Chachapoyas, muestra que la rentabilidad está directamente vinculada con su capacidad de adaptarse a las nuevas dinámicas sociales post-COVID-19. Las propuestas de modernización, digitalización y diversificación no solo mejorarían la eficiencia económica, sino que promueven la inclusión social al fortalecer las condiciones para pequeños comerciantes y consumidores. Estas estrategias buscan generar un entorno más equitativo, accesible y sostenible, asegurando que el mercado siga siendo un motor de desarrollo social para la comunidad local.

VI. RECOMENDACIONES

El mercado modelo es rentable, con una rentabilidad del 85.3%. Esto se debe a que genera ingresos suficientes para cubrir sus costos y mantener su operación. Sin embargo, para asegurar su sostenibilidad y mejora continua, se recomienda:

- Autonomía administrativa, permitir que el mercado administre sus propios ingresos y recursos, facilitaría la toma de decisiones y la asignación de fondos para mantenimiento y mejoras. La autonomía y gestión independiente permitirán al mercado tomar decisiones oportunas y efectivas, asignar recursos de manera eficiente, mejorar la calidad de servicios para comerciantes y consumidores, aumentar la competitividad y sostenibilidad. El mercado modelo tiene potencial para crecer y mejorar. La autonomía y gestión independiente serán clave para asegurar su éxito y sostenibilidad a largo plazo.
- Que el municipio de Chachapoyas implemente programas de capacitación para los comerciantes en el uso de herramientas digitales y marketing en línea puede aumentar la visibilidad del mercado y atraer a un público más amplio. Esta digitalización permitirá una mejor gestión operativa y abrirá nuevas oportunidades de negocio, adaptando el mercado a las demandas actuales y futuras.
- Es fundamental que el municipio involucre a la comunidad local en la toma de decisiones y en la gestión del mercado, ya que esto fortalece el sentido de pertenencia y garantiza que las mejoras se alineen con las verdaderas necesidades de la población. El municipio debe crear y facilitar espacios de diálogo y colaboración, promoviendo un modelo de mercado inclusivo que respete y refleje la diversidad y los valores de la comunidad.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aizenman, J., y Pinto, B. (2020). *Managing Economic Volatility in Emerging Economies*. Editorial: Cambridge University Press
- Anthony, R., Govindarajan (2021). *Sistemas de control de gestión*. Editorial Mc Graw Hill. Décima edición. España. 709 pp.
- Arévalo, C. (2020). *Análisis económico y financiero de la municipalidad distrital de San Juan Bautista*. [Universidad Nacional de la Amazonía Peruana]. https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/6893/Yesenia_Tesis_Titulo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias, F. (2016). *Introducción a la metodología científica: Nuevas perspectivas y enfoques*. 8a ed. Editorial Ciencias Avanzadas. Bogotá.
- Beltrán, J. (2020). *Indicadores de Gestión. Herramientas para lograr la competitividad*. 2da. Edición. Editores y Global Ediciones, S.A. Colombia. 147 pp.
- Brigham, E., y Houston, J. (2022). *Fundamentals of Financial Management 16ª edición* Editorial: Cengage Learning
- Chávez, A. (2020). *Estrategias financieras y rentabilidad en las PYMES del sector metalmeccánico*. Tesis de maestría en Gerencia de Empresas, mención Gerencia Financiera.
- Flores, L. y Espinoza, M. (2022). *Análisis de los ingresos económicos de la municipalidad provincial de Maynas, periodo 2017 – 2020*. [Universidad Nacional de la Amazonía Peruana]. https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/8626/Liana_TrabajoDeInvestigacion_Bachiller_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García, J y Paredes, L. (2022). *Estrategias financieras modernas para empresas*. México: Grupo Editorial Patria.
- García, J y Paredes, L. (2020), *Desarrollo de teorías y conceptos de rentabilidad* (Redalyc).

- Guevara, E. (2023). *Análisis de rentabilidad en la Corporación Teuronelper S.A.C., LIMA 2019 – 2022*. [Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas]. <https://hdl.handle.net/20.500.14077/3313>
- Hernández, L. y Gómez, M. (2021). *Estrategias para la Gestión Financiera en Tiempos de Incertidumbre*. Editorial: Editorial Universitaria
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2022). *Metodología de la investigación: enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto (8a ed.)* McGraw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2021). *Metodología de la investigación (7a ed.)* México D.F. México: McGraw Hill
- Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI (2022). *Tendencias y reportes sobre la situación de los mercados tradicionales en Perú, tras la pandemia de COVID-19*.
- Montilva, J. (2020). *Desarrollo de Sistemas de Información*. Universidad de los Andes, Consejo de Publicaciones. Mérida - Venezuela. 262 pp.
- Pacheco, J., Castañeda, W. y Caicedo, C. (2020). *Indicadores Integrales de Gestión*. Editorial Mc Graw Hill. Colombia. 184pp
- Parada, J. (2020). *Teoría del crecimiento económico*
- Pérez, M. (2023). *Análisis financiero del reconocimiento contable de tributos devengados en las municipalidades del departamento de Chiquimula*. [Universidad de San Carlos de Guatemala]. <https://repositorio.uscg.edu.pe/hdl%20TESIS/2024/703396586-Tesis-Melvin-Alexis-Perez-Samayoa-2023.pdf>
- Ramírez, A. (2021). *Importancia de la contabilidad gerencial en el sector comercial (1-18)*. [Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5726/1/UPSE-TCA-2021-0004.pdf>
- Ramírez, F. (10 de marzo de 2022). *Una introducción al análisis en la investigación: Nuevas metodologías y enfoques*. [Blog Internet].

<http://manualdelinvestigador.blogspot.com/2022/03/>

Sánchez, B. (2020). Teoría de la rentabilidad económica (1Library).

Tamayo, M. (2021). Fundamentos de la Investigación Científica. México: Limusa.

Turner, J. (2020). Global Markets: Local Strategies. Oxford University Press

Valdivia, C. (2021). Mercados y Comunidades: Un Estudio Andino. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Villegas, J. (2023). *Influencia del análisis de los indicadores financiero en la toma de decisiones en la Empresa Constructora Durango E.I.R.L., Periodos 2019 – 2020.* [Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas]. <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/3329/Jhordan%20Villegas%20Flores.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Zamora, A. (2021). Teoría de la Rentabilidad. Editorial: Library.

Anexo 2. Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Variable	Dimensiones	Tipo y Diseño Investigación
Rentabilidad del mercado modelo de la Provincia de Chachapoyas, año 2021.	<p>¿Cuáles son los factores económicos, de infraestructura y servicios que impactan la rentabilidad y competitividad del mercado modelo de la Provincia de Chachapoyas en el año 2021?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cuál serán los pilares económicos que permita identificar los factores claves del mercado modelo Chachapoyas?</p> <p>¿Cuál serán las condiciones de infraestructura y servicios del mercado modelo y cómo influyen en la competitividad y atracción de consumidores?</p> <p>¿Cómo será la propuesta de estrategias de mejora en la gestión en la optimización de su rentabilidad del mercado modelo Chachapoyas?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Evaluar la rentabilidad del mercado modelo de la Provincia de Chachapoyas en el año 2021, identificando los factores económicos, de infraestructura y servicios que impactan su competitividad y sostenibilidad.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Analizar los pilares económicos del mercado modelo de Chachapoyas para identificar los factores clave que impactan su rentabilidad. ● Evaluar las condiciones de infraestructura y servicios del mercado modelo, determinando cómo influyen en la competitividad y atracción de consumidores. ● Proponer estrategias de mejora en la gestión del mercado, basadas en el análisis previo, para optimizar su rentabilidad y adaptabilidad a las nuevas condiciones económicas y sociales post-COVID-19. 	Rentabilidad	<p>Pilares económicos</p> <p>Ratios Financieros</p>	<p>Descriptivo</p> <p>No experimental</p>

Nota. Anexo indica las variables a estudiar y sus respectivas dimensiones e indicadores, cualquier indicador cuenta con preguntas que se detallara en el cuestionario.

Anexo 3

Caracterizaciones de la justificación de la propuesta

El objetivo de esta propuesta es desarrollar e implementar estrategias efectivas de mejora en la gestión del mercado modelo de la Provincia de Chachapoyas, con el fin de optimizar su rentabilidad, fortalecer su competitividad, y adaptarlo a las nuevas condiciones económicas y sociales surgidas en el contexto post-COVID-19.

Propósito de la Propuesta

El propósito de esta propuesta es proporcionar un marco de acción detallado que permita al mercado modelo no solo mejorar su operatividad y eficiencia en el corto plazo, sino también asegurar su sostenibilidad a largo plazo. La propuesta busca capacitar a los administradores del mercado para enfrentar los desafíos actuales y futuros, asegurando que el mercado continúe siendo un pilar económico para la comunidad local.

Justificación de la Propuesta

La implementación de estrategias de mejora en la gestión del mercado es necesaria debido a varios factores críticos que han sido identificados en el análisis previo. En primer lugar, la infraestructura del mercado presenta deficiencias que afectan negativamente la experiencia del consumidor y la operatividad general, lo que pone en riesgo su competitividad. Además, los elevados costos operativos y las ineficiencias en la gestión representan una amenaza para la rentabilidad a largo plazo del mercado.

La situación económica y social post-COVID-19 ha traído consigo nuevos desafíos que requieren una adaptación rápida y efectiva. La pandemia ha cambiado las expectativas de los consumidores y ha acelerado la necesidad de integrar tecnologías digitales en la operación diaria del mercado. Sin una estrategia clara para adaptarse a estas nuevas realidades, el mercado corre el riesgo de perder relevancia frente a otros competidores y de sufrir una disminución en su rentabilidad.

Por tanto, esta propuesta se justifica en la necesidad urgente de abordar estas debilidades y transformar las amenazas en oportunidades de crecimiento

Anexo 4

Caracterizaciones del comportamiento de los Pilares económicos en el mercado modelo

Competitividad: La capacidad del mercado para atraer consumidores frente a otras opciones, lo que incluye la calidad del servicio, la diversidad de productos y la accesibilidad.

Demanda y Oferta: La relación entre la cantidad de bienes y servicios ofrecidos y la demanda por parte de los consumidores. Un desbalance aquí puede afectar los precios y la estabilidad del mercado.

Análisis de Ventas:

Tendencias de Ventas: es importante en todo negocio además es de mucha trascendencia tener un análisis de las ventas históricas y actuales: volumen, estacionalidad, crecimiento o decrecimiento.

Factores que Influyen en las Ventas: es importante la identificación de factores internos y externos que afectan las ventas (demanda, competencia, precios, etc.).

Comparación de Ventas: esta actividad ligada a la comparativa de ventas con otros mercados similares o con estándares del sector, es importante para la mejora continua.

Infraestructura y Servicios: La calidad y adecuación de la infraestructura del mercado, como los espacios de venta, la logística y los servicios (limpieza, seguridad, etc.), que pueden influir en la experiencia del consumidor y en la operatividad.

Gestión y Administración: La eficiencia en la administración del mercado, que incluye la planificación, organización y control de las operaciones diarias.

Estos pilares constituyen los elementos centrales que afectan la rentabilidad y el éxito del mercado modelo de Chachapoyas, siendo factores claves del análisis.

Anexo 5.

Solicitud de Información

“AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACIÓN DE NUESTRA
INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACIÓN DE LAS HEROICAS BATALLAS
DE JUNÍN Y AYACUCHO”

CARTA N° 001-2024-YMTA

Señora:

Gaby Denisse Guerrero Ramírez

Gerente de Administración Tributaria

Presente. -

Municipalidad Chachapoyas, 25 de abril de 2024

MUNICIPALIDAD DE CHACHAPOYAS	
ATENCIÓN AL CIUDADANO Y GESTIÓN DOCUMENTARIA	
25 ABR 2024	
Reg. N°	2418205
Folio	2
Hora	11:24
Firma	

Yo, Yeri Marisol Tocto Aquino identificado con DNI N° 75363649, con código de estudiante N° 7536364981, bachiller de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la FACEA de la UNTRM Amazonas, con domicilio actual en el Jr. Grau N°190, ante usted me presento y expongo lo siguiente:

Me pongo en contacto con usted en calidad de investigador para solicitar amablemente su colaboración en un proyecto académico que estoy llevando a cabo; en el marco de mi investigación para mi tesis de grado, estoy realizando un estudio sobre la RENTABILIDAD DEL MERCADO MODELO DE LA PROVINCIA DE CHACHAPOYAS. En este contexto, me gustaría solicitar información sobre los estados financieros del Mercado Modelo correspondiente al año 2021.

Específicamente, me gustaría obtener acceso a los siguientes documentos financieros:

- Estado de Resultados (o Estado de Pérdidas y Ganancias) para el período mencionado.
- Balance General al cierre del período solicitado.
- Flujo de Efectivo correspondiente al mismo período.

Cabe recalcar que el informe de tesis presenta un avance del 90%, para presentación y revisión por parte de los miembros de jurado, por lo cual la información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos y se mantendrá confidencial según sea necesario. Me comprometo a utilizar estos datos de manera ética y responsable, sin divulgar ninguna información sensible sin su consentimiento previo.



Yeri Marisol Tocto Aquino