

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAVELICA

(Creada por Ley N° 25265)

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



TESIS

**MONTO CONTRATADO A TRAVÉS DE CATÁLOGOS
ELECTRÓNICOS Y LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL
DE LOS PROVEEDORES DE LA MUNICIPALIDAD
PROVINCIAL DE HUANCAVELICA - 2018**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
SECTOR GUBERNAMENTAL**

PRESENTADO POR:

Bach. Saúl Antonio HUAMAN CAYLLAHUA

Bach. Diego Javier HUAMAN PALOMINO

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO**

**HUANCAVELICA – PERÚ
2020**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAMELICA
(Creado por Ley N° 25265)

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
MODALIDAD VIRTUAL

En la plataforma virtual de Google Meet <https://meet.google.com/foh-fvwc-evs> a los 30 días del mes de octubre del 2020, a horas 10:00 am, reunidos los miembros del jurado evaluador conformado por:

PRESIDENTE: Dr. Luis Julio PALACIOS AGUILAR
SECRETARIO: Mg. Vicente Luis TORRES ALVA
VOCAL: Dra. Kenia AGUIRRE VILCHEZ

Designados inicialmente mediante Resolución N° 225-2019-FCE-R-UNH; para la tesis denominada: "MONTO CONTRATADO A TRAVÉS DE CATÁLOGOS ELECTRÓNICOS Y LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL DE LOS PROVEEDORES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANCAMELICA - 2018" reconfirmado el jurado, mediante Resolución N° 422-2019-FCE-R-UNH

Cuyos autores son los graduados:

BACHILLER (S): Saul Antonio HUAMAN CAYLLAHUA y Diego Javier HUAMAN PALOMINO

A fin de proceder con la sustentación de la tesis indicada y siendo programada la fecha y hora según la **Resolución N° 288-2020-FCE-R-UNH** (*modalidad virtual).

Finalizado la sustentación y evaluación; se invita al público presente y al (los) sustentante (s) abandonar la plataforma virtual (Google Meet) de la Universidad Nacional de Huancavelica; para la deliberación por parte del jurado.

luego del debate se llegó al siguiente resultado:

BACHILLER EN CIENCIAS CONTABLES: Saul Antonio HUAMAN CAYLLAHUA

PRESIDENTE: APROBADO
SECRETARIO: APROBADO
VOCAL: APROBADO
RESULTADO FINAL: APROBADO POR UNANIMIDAD

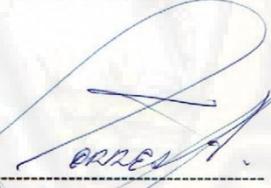
BACHILLER EN CIENCIAS CONTABLES: Diego Javier HUAMAN PALOMINO

PRESIDENTE: APROBADO
SECRETARIO: APROBADO
VOCAL: APROBADO
RESULTADO FINAL: APROBADO POR UNANIMIDAD

De conformidad a lo actuado a horas 11:45 am se levanta el acta firmado en señal de conformidad.



Dr. Luis Julio PALACIOS AGUILAR
Presidente

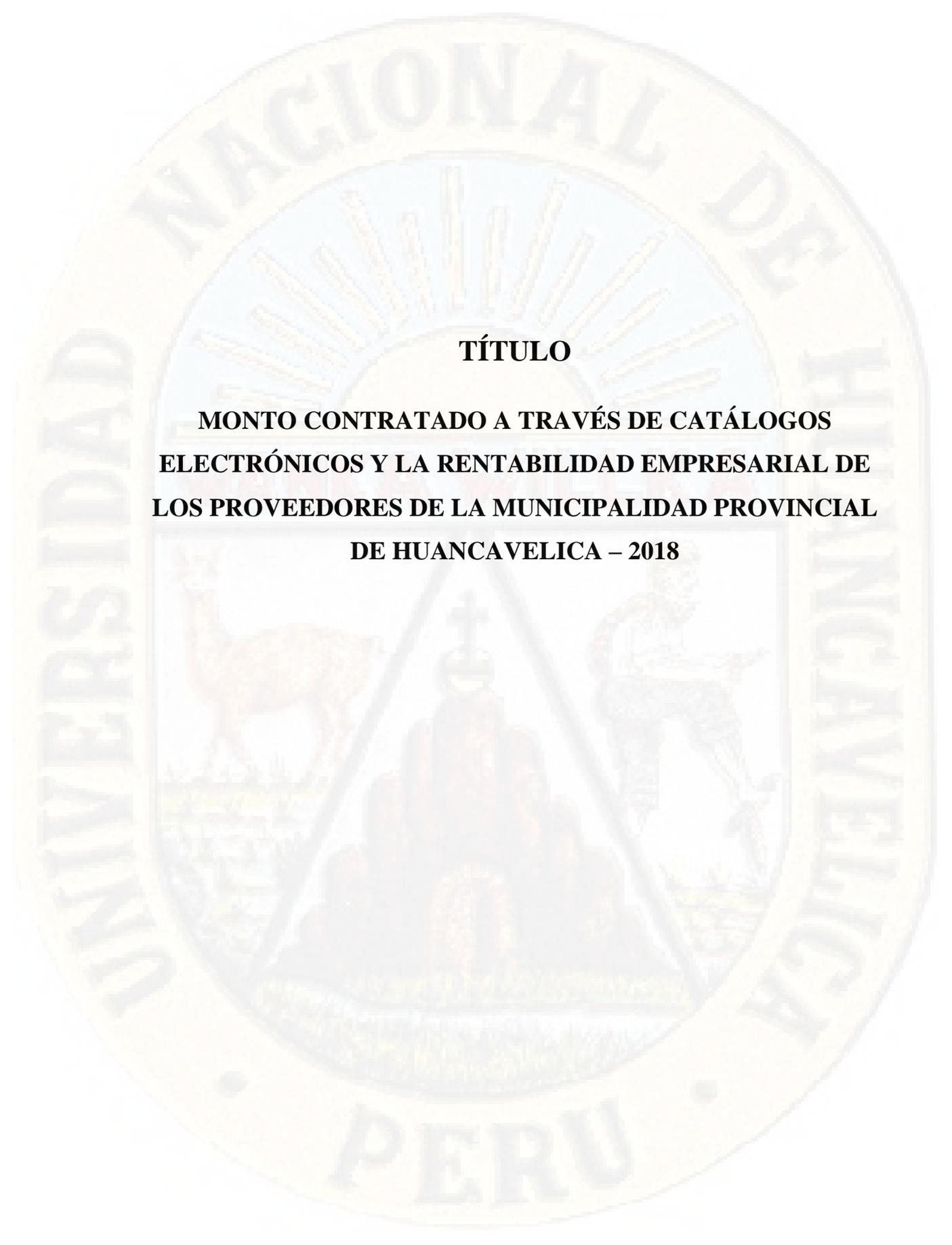


Mg. Vicente Luis TORRES ALVA
Secretario



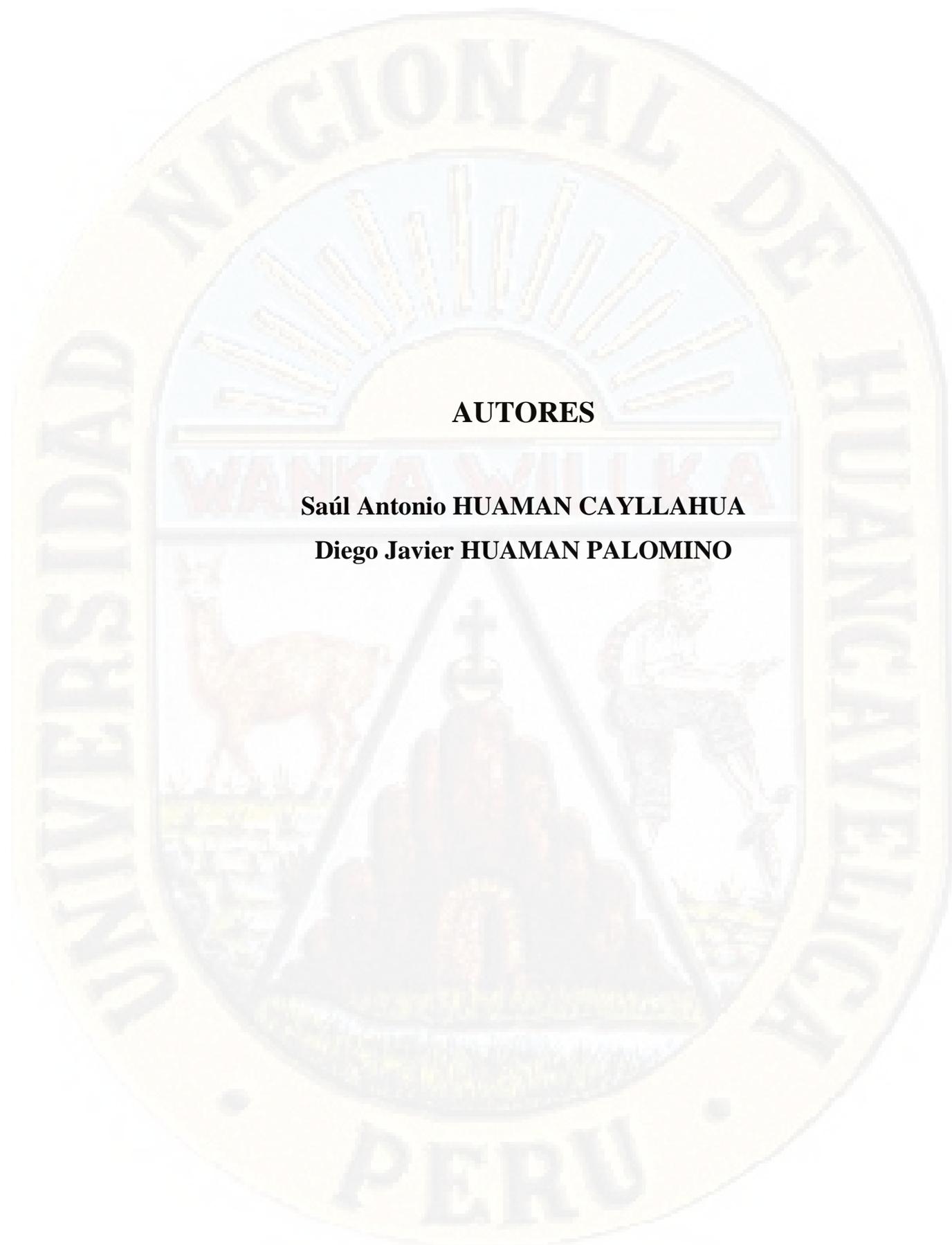
Dra. Kenia AGUIRRE VILCHEZ
Vocal

(*) Resolución N° 0355-2020-CU-UNH



TÍTULO

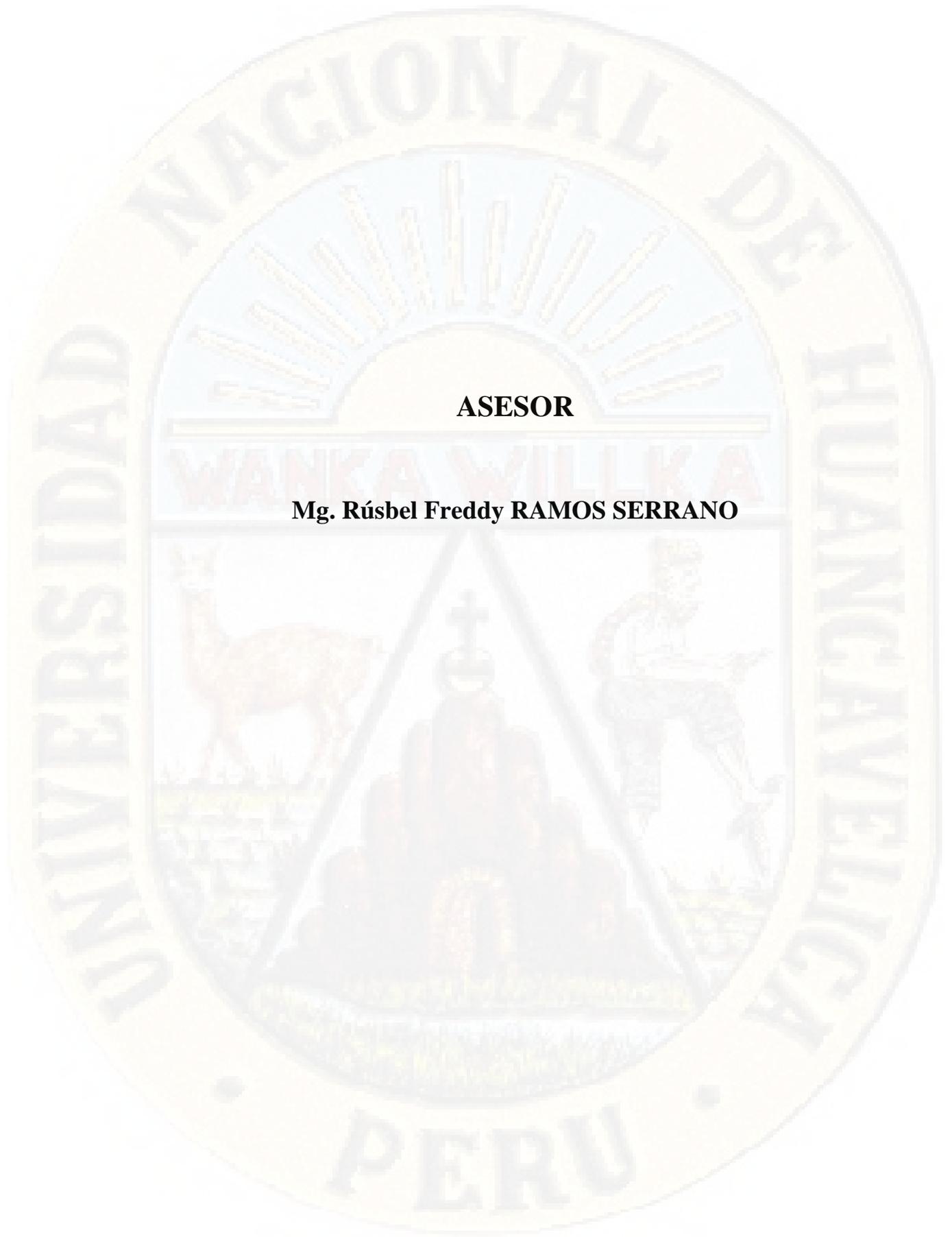
**MONTO CONTRATADO A TRAVÉS DE CATÁLOGOS
ELECTRÓNICOS Y LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL DE
LOS PROVEEDORES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL
DE HUANCVELICA – 2018**



AUTORES

Saúl Antonio HUAMAN CAYLLAHUA

Diego Javier HUAMAN PALOMINO



ASESOR

Mg. Rúsbel Freddy RAMOS SERRANO

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y mis Padres por guiarme a lo largo de mi existencia y formación profesional, ser el paradigma, apoyo y fortaleza en todo momento de mi vida.

Saúl Antonio.

A mis padres y hermanos por su apoyo incondicional y su dedicación para motivarme durante el proceso de logro de mi objetivo de ser profesional.

Diego Javier

ÍNDICE

Acta de sustentación.....	ii
TÍTULO	iii
AUTORES	iv
ASESOR	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE	vii
Tabla de contenido de cuadros.....	x
Tabla de contenido de gráficos.....	xi
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xv
INTRODUCCIÓN.....	xvii

CAPITULO I

PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	27
1.2.1. Problema General	27
1.2.2. Problemas Específicos.....	27
1.3. OBJETIVOS	27
1.3.1. Objetivo general.....	27
1.3.2. Objetivos específicos	27
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	28
1.4.1. Justificación teórica	28
1.4.2. Justificación práctica	28
1.4.3. Justificación metodológica	29
1.4.4. Justificación social	29

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES.....	30
2.1.1. A nivel internacional.....	30
2.1.2. A nivel Nacional.....	35
2.1.3. A nivel local.....	39
2.2. BASES TEÓRICAS.....	41
2.2.1. Acuerdo Marco.....	41
2.2.2. Rentabilidad Empresarial.....	43
2.2.3. La Rentabilidad y sus Componentes.....	43
2.2.4. La Rentabilidad Económica.....	44
2.2.5. La Rentabilidad Financiera.....	44
2.2.6. La Rentabilidad Autogenerada.....	45
2.3. HIPÓTESIS.....	45
2.3.1. Hipótesis General.....	45
2.3.2. Hipótesis Específicas.....	45
2.4. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....	46
2.5. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.....	48
2.5.1. Variable 1:.....	48
2.5.2. Variable 2:.....	48
2.6. DEFINICIÓN OPERATIVA DE LAS VARIABLES E INDICADORES.....	48

CAPITULO III

MARCO TEÓRICO

3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	50
3.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	51
3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	53
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	54
3.4.1. Población.....	54
3.4.2. Muestra.....	55
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	56
3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....	56

CAPITULO IV

RESULTADOS

4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	57
4.1.1. Resultados de Estadísticas Descriptivas de Monto Contratado a Través de Catálogos Electrónicos de la Municipalidad Provincial de Huancavelica del año 2018.....	57
4.1.2. Resultados de la Rentabilidad Empresarial de los Proveedores de La Municipalidad Provincial De Huancavelica en el año 2018.....	58
4.1.3. Resultados de Relación del Monto Contratado a Través de Catálogos Electrónicos y Rentabilidad Empresarial de los Proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.....	62
4.1.4. Resultados de relación del monto contratado a través de catálogos electrónicos y rentabilidad económica de los proveedores de la municipalidad provincial de huancavelica en el año 2018.....	64
4.1.5. Resultados de Relación del Monto Contratado a Través de Catálogos Electrónicos y Rentabilidad Financiera de los Proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.....	66
4.1.6. Resultados de Relación del Monto Contratado a Través de Catálogos Electrónicos y Rentabilidad Autogenerada de los Proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.....	67
4.1.7. PRUEBA DE SIGNIFICANCIA DE LA HIPÓTESIS PRINCIPAL.....	68
4.1.8. PRUEBA DE LA PRIMERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA.....	71
4.1.9. PRUEBA DE LA SEGUNDA HIPÓTESIS ESPECÍFICA	72
4.1.10. PRUEBA DE LA TERCERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA	74
4.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	76
CONCLUSIONES.....	79
SUGERENCIAS	81
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	82
APÉNDICE.....	86

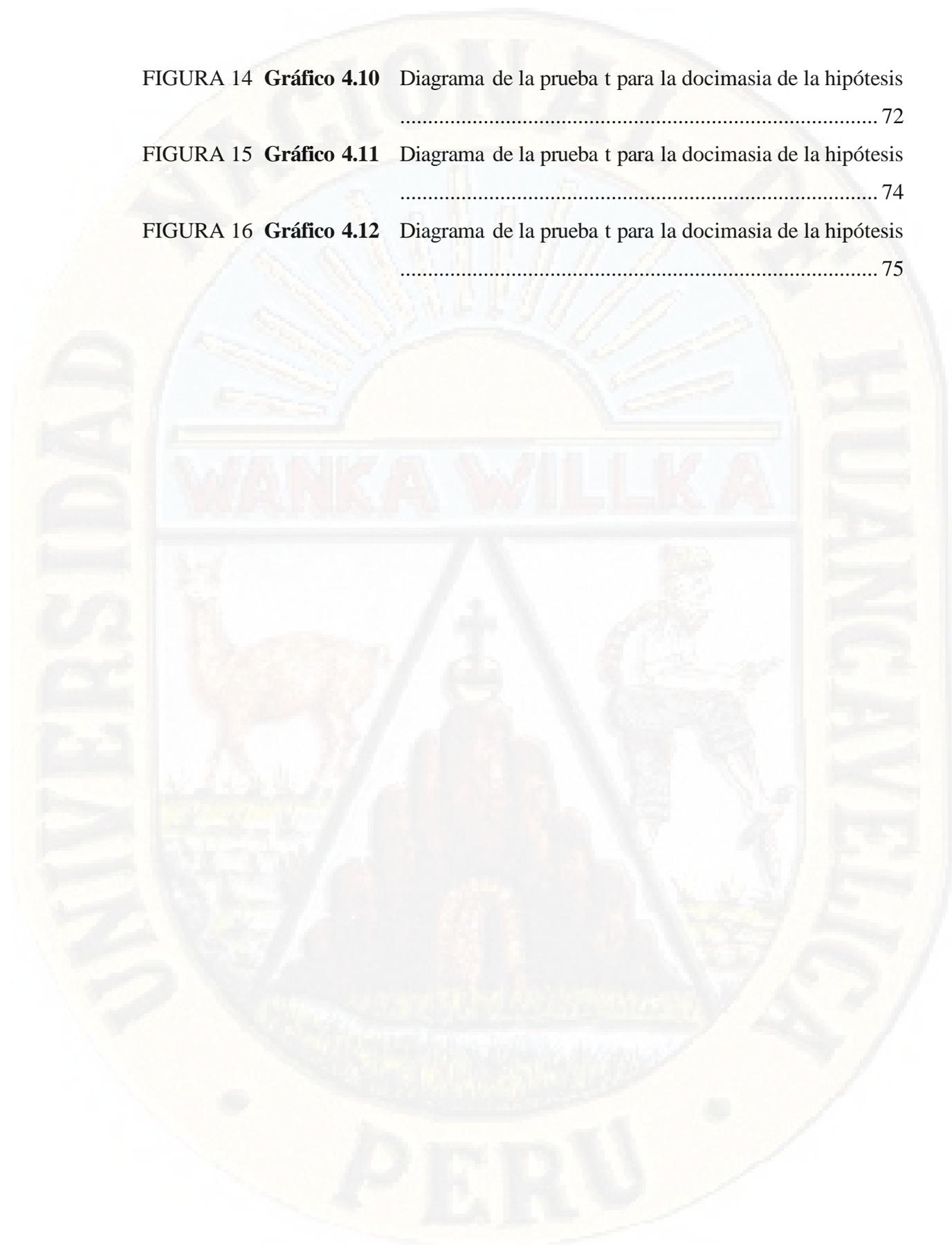
Tabla de contenido de cuadros

Cuadro 1	Cuadro 1.1 Evaluación cualitativa de los Órganos encargados de contratación de entidades públicas: Oportunidad y efectividad en el aprovisionamiento de bienes y servicios.	22
Cuadro 2	Cuadro 1.2 Evaluación cualitativa de los proveedores: Oportunidad y efectividad en el aprovisionamiento de bienes y servicios.....	22
Cuadro 3	Cuadro 1.3 Evolución del monto contratado a través de catálogos electrónicos en la Municipalidad Provincial de Huancavelica, año 2018.	24
Cuadro 4	Cuadro 1.4 Proveedores, número de órdenes y monto contratado a través de catálogos electrónicos en la Municipalidad Provincial de Huancavelica, año 2018.	26
Cuadro 5	Cuadro 2.1 Mejoras realizadas por los proveedores usuarios de los catálogos Electrónicos al 2013.	42
Cuadro 6	Cuadro 3.1 Proveedores, número de órdenes y monto contratado a través de catálogos electrónicos en la Municipalidad Provincial de Huancavelica, año 2018.	54
Cuadro 7	Cuadro 3.2. Técnicas e instrumento a utilizarse en la investigación. ...	56
Cuadro 8	Cuadro 4.1 Estadísticas de la variable “monto contratado a través de catálogos electrónicos”.	57
Cuadro 9	Cuadro 4.2 Resultado de la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.....	58
Cuadro 10	Cuadro 4.3 Resultado de la rentabilidad económica de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.....	59
Cuadro 11	Cuadro 4.4 Resultado de la rentabilidad financiera de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.....	60
Cuadro 12	Cuadro 4.5 Resultado de la rentabilidad autogenerada de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.	61

Tabla de contenido de gráficos

FIGURA 1 Gráfico 1.1 Principales resultados de Perú Compras, año 2018.....	23
FIGURA 2 Gráfico 1.2 Evolución del monto contratado a través de catálogos electrónicos en la Municipalidad Provincial de Huancavelica, año 2018. 25	
FIGURA 3 Gráfico 2.1 Esquema relacional de la modalidad de convenio marco..	
.....	41
FIGURA 4 grafico 2.2 Ventajas de la modalidad de convenio marco	42
FIGURA 5 Gráfico 4.1 Diagrama de la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.....	59
FIGURA 6 Gráfico 4.2 Diagrama de la rentabilidad económica de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.....	60
FIGURA 7 Gráfico 4.3 Diagrama de la rentabilidad financiera de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.....	61
FIGURA 8 Gráfico 4.4 Diagrama de la rentabilidad autogenerada de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.	
.....	62
FIGURA 9 Gráfico 4.5 Diagrama de la relación del monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.	62
FIGURA 10 Gráfico 4.6 Diagrama de la relación del monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad económica de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.	64
FIGURA 11 Gráfico 4.7 Diagrama de la relación del monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad financiera de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.	66
FIGURA 12 Gráfico 4.8 Diagrama de la relación del monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad autogenerada de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.	67
FIGURA 13 Gráfico 4.9 Diagrama de la prueba t para la docimasia de la hipótesis70	

FIGURA 14 Gráfico 4.10	Diagrama de la prueba t para la docimasia de la hipótesis	72
FIGURA 15 Gráfico 4.11	Diagrama de la prueba t para la docimasia de la hipótesis	74
FIGURA 16 Gráfico 4.12	Diagrama de la prueba t para la docimasia de la hipótesis	75



RESUMEN

La presente tesis titulado “**MONTO CONTRATADO A TRAVÉS DE CATÁLOGOS ELECTRÓNICOS Y LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL DE LOS PROVEEDORES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANCVELICA - 2018**”, tiene como objetivo determinar la relación entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

Los objetivos específicos planteados son: Determinar la relación entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad económica de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018; determinar la relación entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad financiera de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018 y determinar la relación entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad autogenerada de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

La hipótesis planteada es la siguiente: Existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

En cuanto a la metodología, el tipo de investigación es aplicada, el nivel de investigación es correlacional, los métodos de investigación son método dialéctico, descriptivo, inductivo, analítico y sintético. El diseño de investigación es el no experimental, transversal, correlacional. La población es 39 empresas proveedoras a través de catálogos electrónicos de la Municipalidad Provincial de Huancavelica. La muestra es censal. La técnica fue la encuesta; y los instrumentos fue el cuestionario.

Se arribó a las siguientes conclusiones:

- Se ha evidenciado que existe una relación positiva fuerte o significativa entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018. La intensidad de la relación encontrada es de $r = 0.86$ por lo que dicha relación es directa o positiva y fuerte o significativa. Asimismo, se ha determinado que la rentabilidad empresarial de la mayoría de

los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018 en baja (85% de los casos).

- Se ha determinado que existe una relación positiva fuerte o significativa entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad económica de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018. La intensidad de la relación encontrada es de $r = 0.83$ por lo que dicha relación es directa o positiva y fuerte o significativa. Además, se ha determinado que la rentabilidad económica de la mayoría de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018 en baja (87% de los casos).
- Se concluye que existe una relación positiva fuerte o significativa entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad financiera de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018. La intensidad de la relación encontrada es de $r = 0.83$ por lo que dicha relación es directa o positiva y fuerte o significativa. También, se ha determinado que la rentabilidad financiera de la mayoría de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018 en baja (90% de los casos).
- Se ha evidenciado que existe una relación positiva significativa entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad autogenerada de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018. La intensidad de la relación encontrada es de $r = 0.78$ por lo que dicha relación es directa o positiva y significativa. Al mismo tiempo, se ha determinado que la rentabilidad autogenerada de la mayoría de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018 en baja (85% de los casos).

Palabras Clave: Catálogos electrónicos, rentabilidad, rentabilidad económica, rentabilidad financiera, rentabilidad autogenerada, municipalidad.

ABSTRACT

This thesis entitled "**AMOUNT CONTRACTED THROUGH ELECTRONIC CATALOGS AND BUSINESS PROFITABILITY OF SUPPLIERS OF THE PROVINCIAL MUNICIPALITY OF HUANCVELICA - 2018**", aims to determine the relationship between the amount contracted through electronic catalogs and the business profitability of the suppliers of the Provincial Municipality of Huancavelica - 2018.

The specific objectives proposed are: Determine the relationship between the amount contracted through electronic catalogs and the economic profitability of the suppliers of the Provincial Municipality of Huancavelica - 2018; determine the relationship between the amount contracted through electronic catalogs and the financial profitability of the suppliers of the Provincial Municipality of Huancavelica - 2018 and determine the relationship between the amount contracted through electronic catalogs and the self-generated profitability of the suppliers of the Municipality Provincial of Huancavelica – 2018.

The hypothesis raised is the following: There is a significant positive relationship between the amount contracted through electronic catalogs and the business profitability of the suppliers of the Provincial Municipality of Huancavelica - 2018.

Regarding the methodology, the type of research is applied, the level of research is correlational, the research methods are dialectical, descriptive, inductive, analytical and synthetic method. The research design is non-experimental, cross-sectional, correlational. The population is 39 supplier companies through electronic catalogs of the Provincial Municipality of Huancavelica. The sample is census. The technique was the survey; and the instruments was the questionnaire.

The following conclusions were reached:

- ✓ It has been shown that there is a strong or significant positive relationship between the amount contracted through electronic catalogs and the business profitability of the suppliers of the Provincial Municipality of Huancavelica in 2018. The intensity of the relationship found is $r = 0.86$ so this relationship is direct or positive and strong or significant. Likewise, it has been determined that the business profitability of most of the suppliers of the Provincial

Municipality of Huancavelica in 2018 in decline (85% of cases).

- ✓ It has been determined that there is a strong or significant positive relationship between the amount contracted through electronic catalogs and the economic profitability of the suppliers of the Provincial Municipality of Huancavelica in 2018. The intensity of the relationship found is $r = 0.83$ per what this relationship is direct or positive and strong or significant. In addition, it has been determined that the economic profitability of most of the suppliers of the Provincial Municipality of Huancavelica in 2018 in decline (87% of the cases).
- ✓ It is concluded that there is a strong or significant positive relationship between the amount contracted through electronic catalogs and the financial profitability of the suppliers of the Provincial Municipality of Huancavelica in 2018. The intensity of the relationship found is $r = 0.83$, therefore that this relationship is direct or positive and strong or significant. Also, it has been determined that the financial profitability of most of the suppliers of the Provincial Municipality of Huancavelica in 2018 in decline (90% of the cases).
- ✓ It has been shown that there is a significant positive relationship between the amount contracted through electronic catalogs and the self-generated profitability of the suppliers of the Provincial Municipality of Huancavelica in 2018. The intensity of the relationship found is $r = 0.78$, therefore This relationship is direct or positive and significant. At the same time, it has been determined that the self-generated profitability of most of the suppliers of the Provincial Municipality of Huancavelica in 2018 in decline (85% of the cases).

Keywords: Electronic catalogs, profitability, economic profitability, financial profitability, self-generated profitability, municipality.

INTRODUCCIÓN

Ponemos a su consideración el presente trabajo de investigación titulado **“MONTO CONTRATADO A TRAVÉS DE CATÁLOGOS ELECTRÓNICOS Y LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL DE LOS PROVEEDORES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANCVELICA - 2018”** con el cual pretendemos obtener el título profesional de contador público.

El problema planteado es ¿Qué relación existe entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018?

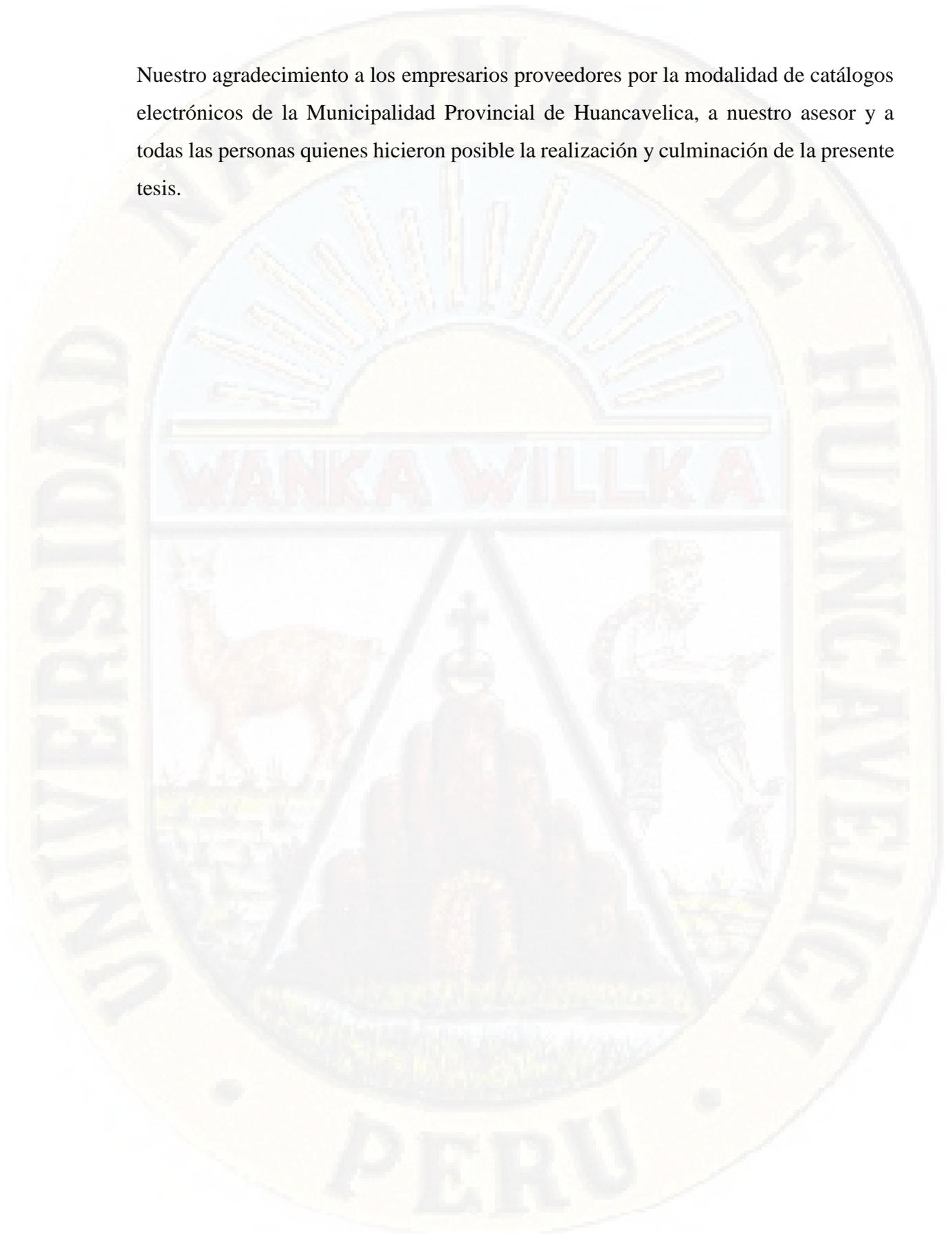
El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la relación entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

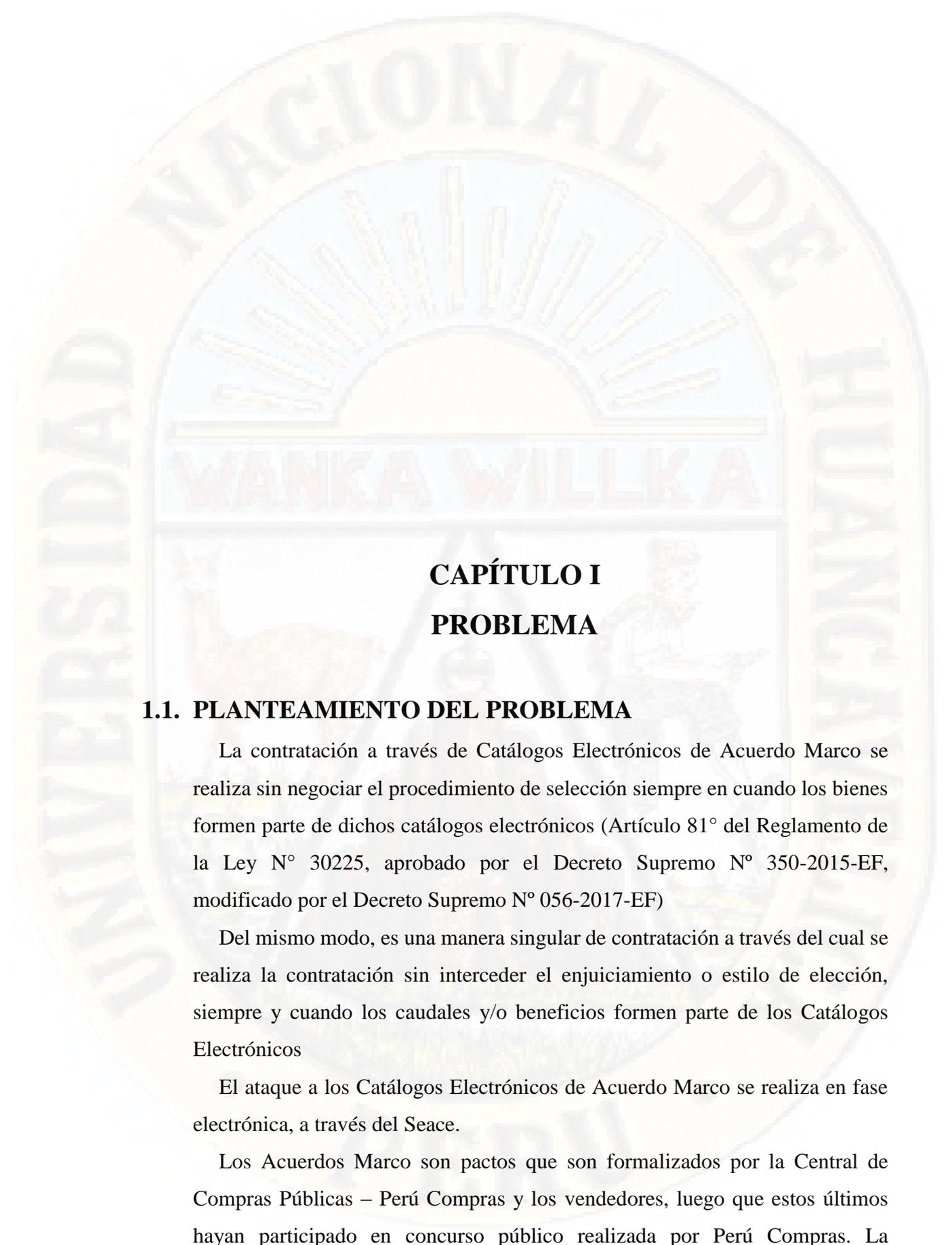
En cuanto a la metodología, el tipo de investigación es aplicada, el nivel de investigación es correlacional, los métodos de investigación son método dialéctico, descriptivo, inductivo, analítico y sintético. El diseño de investigación es el no experimental, transversal, correlacional. La población estudiada fue de 39 empresas proveedoras a través de catálogos electrónicos de la Municipalidad Provincial de Huancavelica. La muestra fue censal. La técnica utilizada fue la encuesta; y los instrumentos aplicados fueron el cuestionario.

En cuanto a la estructura el presente informe consta de cuatro capítulos. El Capítulo I trata el planteamiento del problema, la formulación del problema, objetivos y justificación. El Capítulo II abarca los antecedentes, marco teórico, hipótesis, definición de términos y operacionalización de las variables. El Capítulo III contiene la metodología utilizada en la presente investigación. El Capítulo IV trata sobre los resultados. Incluye las conclusiones y sugerencia. Finalmente, se anexa la matriz de consistencia, matriz de operacionalización de variables, el instrumento de medición y la matriz de datos.

Las principales dificultades que se ha tenido durante el desarrollo de la presente tesis fue la no inmediata respuesta por parte de los empresarios o proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica. Empero, se pudo superar con una explicación y sustentación que se trata de un trabajo académico.

Nuestro agradecimiento a los empresarios proveedores por la modalidad de catálogos electrónicos de la Municipalidad Provincial de Huancavelica, a nuestro asesor y a todas las personas quienes hicieron posible la realización y culminación de la presente tesis.



The logo of the Universidad Nacional de Huancayo is a circular emblem. It features a central sun with rays, a banner below it with the text 'WANKA WILKA', and a figure of a person on the right. The words 'UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAYO' are written around the perimeter of the circle.

CAPÍTULO I

PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La contratación a través de Catálogos Electrónicos de Acuerdo Marco se realiza sin negociar el procedimiento de selección siempre en cuando los bienes formen parte de dichos catálogos electrónicos (Artículo 81° del Reglamento de la Ley N° 30225, aprobado por el Decreto Supremo N° 350-2015-EF, modificado por el Decreto Supremo N° 056-2017-EF)

Del mismo modo, es una manera singular de contratación a través del cual se realiza la contratación sin interceder el enjuiciamiento o estilo de elección, siempre y cuando los caudales y/o beneficios formen parte de los Catálogos Electrónicos

El ataque a los Catálogos Electrónicos de Acuerdo Marco se realiza en fase electrónica, a través del Seace.

Los Acuerdos Marco son pactos que son formalizados por la Central de Compras Públicas – Perú Compras y los vendedores, luego que estos últimos hayan participado en concurso público realizada por Perú Compras. La

formalización del Acuerdo Marco posibilita a los negociantes formar parte de un Catálogo Electrónico a través del cual ofertan los peculios y/o escusados que sean necesarios por las sustancias públicas.

Cabe concretar que incluso atrás de la introducción en rectitud de la Ley N° 30225 estos se denominaban Convenios Marco.

PERÚ COMPRAS, en su página web menciona los beneficios para las entidades públicas lo siguiente:

- ✓ Disminuye los costos enlazados con la efectucción de procedimientos de alternativa y de almacén.
- ✓ Facilita lograr de forma coordinada e inmediata a una gran serie de artículos y a una gran basa de comerciantes.
- ✓ Facilita la opción de contratación dado el uso de exploración de productos, esperanza de figura de condiciones técnicas y comerciales según urgencia de cada Entidad.
- ✓ Posibilita saber de manera sistematizada, afirmaciones de condición asociadas al tipo del catálogo y su contenido, resaltándose las certificadas medioambientales.
- ✓ Permite que la formalización contractual pueda cumplimentarse en un (01) día en solo tres (03) etapas 100% electrónicos, promoviendo el bienestar real de urgencias.
- ✓ Posibilita lograr a un módulo de tratado para el seguimiento del estado de sus contrataciones.

En ese sentido, los beneficios del Acuerdo Marco son: costos administrativos, ahorro en tiempo del proceso, el fomento de la competencia, discrecionalidad al comprador público para que elija al proveedor del bien que requiere sopesando sus necesidades de calidad, precio y oportunidad en la compra, además, busca trasladar el costo de almacenaje al proveedor, ya que puede comprar varias veces sin incurrir en fraccionamiento (Medina y Mezarina, 2013: 13).

Sin embargo, existen inconveniencias o conflictos sobre su honestidad de esta modalidad de contratación pública, más incluso considerando que publicación de Osce es sanar el Sistema de Contrataciones públicas para reprimirse máximos escalones de nitidez, eficacia y confiabilidad a través de la implementación de

comunicaciones tecnologías de enunciación y modalidades de contratación. El integrante posesiones y evacuatorios a las sustancias públicas, tiene como prudente implementar la modalidad de contratación de Convenio Marco como ámbito de aprovisionamiento adecuado para las empresas públicas.

El problema fundamental al Convenio Marco, actualidad Acuerdo Marco, al año 2011, razonable al Tercer anuncio de Evaluación al OSCE encargada por el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), no ha logrado implementar esta modalidad de contratación, siendo una peculiaridad de ser un medio de provisión atinado para las instituciones públicas, es desaprovechada su tenacidad. Según el Cuadro 1.1, solo el 77% las personas pertenecientes a los órganos Encargados de las Contrataciones (Oec) conocen las jefaturas relacionadas a esta modalidad; todavía el 20.7% indican que el Convenio Marco ha correspondido un efecto negativo en su academia, el 48.64% manifiestan que no han tenido impacto alguno, y sólo el 31.08% manifiestan que han conservado un efecto real en su empresa. Asimismo, esta creencia reporta que las corporaciones pueden actuar contrataciones bajo arreglo ámbito útiles de compañía en un 36.19%, aula de desbroce 20%, pasajes sutiles 9.63%, artículos de ferretería 15.60% y logísticas de fotograbadoras en un 18.75% (Mef, 2011).

De igual manera la demarcación, Cuadro 1.2, con relación a los comerciantes reporta que el 70% de los comerciantes no conocen los arbitrios para participar bajo esta modalidad de litigio (acuerdo marco), luego un 84% conoce las agendas y manuales estudiadas por Osce; igualmente, sobre la apariencia como afectaría la aplicación de la modalidad Convenio Marco en las empresas, sólo un 18% manifiesta que se tendría una máximo potestad, un 18% consideran que se tendría un máximo guardamano en los períodos y un 14% indica que habría maduro nitidez (Mef, 2011).

Cuadro 1 Cuadro 1.1 Evaluación cualitativa de los Órganos encargados de contratación de entidades públicas: Oportunidad y efectividad en el aprovisionamiento de bienes y servicios.

ASPECTOS	NIVEL DE EVALUACIÓN				
	1	2	3	4	5
CONVENIO MARCO					
Conoce las directivas elaboradas por OSCE respecto a las acciones de convenio marco?	Si	No			
	77.49%	22.50%			
En su entidad que impactos ha tenido el convenio marco?	Plazos	Precios	Simplicidad del proceso	Número de postores	Transparencia
Negativo	20.70%				
Sin Impacto	48.64%				
Positivo	31.08%				
Sobre qué tipo de bienes y servicios, su institución podría realizar contrataciones bajo convenio marco?	Útiles de oficina	Artículos de limpieza	Pasajes aéreos	Artículos de ferretería	Suministro de impresoras
	36.19%	20%	9.63%	15.60%	18.75%
Qué aspectos deberían tomarse en cuenta?	Contratar empresas locales	Mayor capacitación especializada	Los costos de los bienes deben incluir servicios conexos (transporte)	Otros	
	13.30%	29.60%	30.00%	27.00%	
En el último año, ha recibido capacitación sobre la aplicación de Convenio Marco? De qué tipo?	Seminarios y capacitaciones del OSCE	Auto capacitación con las guías del OSCE	Capacitación interna de la Entidad	Capacitación a través de terceros	No me capacite en Convenio Marco
	27.63%	37.68%	6%	11%	17.50%

Fuente: MEF - Tercer informe de evaluación a OSCE (2011)

Cuadro 2 Cuadro 1.2 Evaluación cualitativa de los proveedores: Oportunidad y efectividad en el aprovisionamiento de bienes y servicios.

ASPECTOS	NIVEL DE EVALUACIÓN				
	1	2	3	4	5
CONVENIO MARCO					
Conoce los procedimientos para participar en convenio marco?	Sí	No			
	30.2%	69.8%			
Conoce las guías y manuales elaboradas por OSCE respecto a las acciones de convenio marco?	Sí	No			
	83.87%	16.12%			
Qué impactos tiene el convenio marco en su empresa?	Plazos	Precios	Simplicidad del proceso	Número de postores	Transparencia
Negativo	64.30%			64.35%	68%
Sin Impacto	17.80%			17.81%	17.50%
Positivo	17.80%			17.84%	14.36%

Fuente: MEF - Tercer informe de evaluación a OSCE (2011)

Otra prueba de la problemática de la modalidad del convenio marco, se aprecia en la Tesis de la Facultad de Gestión y Alta Dirección de la Pucp “Compras electrónicas: el convenio entorno de útiles de pupitre como herramienta para el administrativo público en el tiempo 2010-2012”,

Concluye que, sobre la errante eficiencia, la cual está prohibida por el valor y costo y persistencia del enjuiciamiento las meditaciones fueron las subsiguientes: con respecto al importe, tanto los Jefes como los conocidos manifestaron que no hubo cambio de los valores de los útiles de pupitre. Mientras que sobre la persistencia de los recursos los mismos actores manifestaron que hay mucha rebaja en la persistencia de los crecimientos de desembolso.

Por otro lado, los encargados de almacén y usuarios señalaron que el tiempo empleado para la atención de los requerimientos no ha tenido mayor variación (Medina y Mezarina, 2013: 13).

De acuerdo a las distintas compras, mediante la modalidad de acuerdo marco, en el Perú los principales resultados del año 2018 se aprecian en el Gráfico N° 1.1. En este gráfico se puede apreciar que el monto total contratado asciende a S/ 1,01 mil millones (incluye IGV); fueron 1,669 entidades públicas contratantes; número de proveedores que contrataron fueron 1,554; el número de órdenes de compra emitidas fueron 119,485; el promedio de días hábiles de duración de contratación fue de 4.52 días; y el porcentaje de órdenes con el estado aceptada entre las publicadas fue el 96.39%.

Figura 1 **Gráfico 1.1** Principales resultados de Perú Compras, año 2018.



Fuente: Central de compras públicas – Perú Compras. <https://www.perucompras.gob.pe/observatorio/indicadores-acuerdos-marco.php>

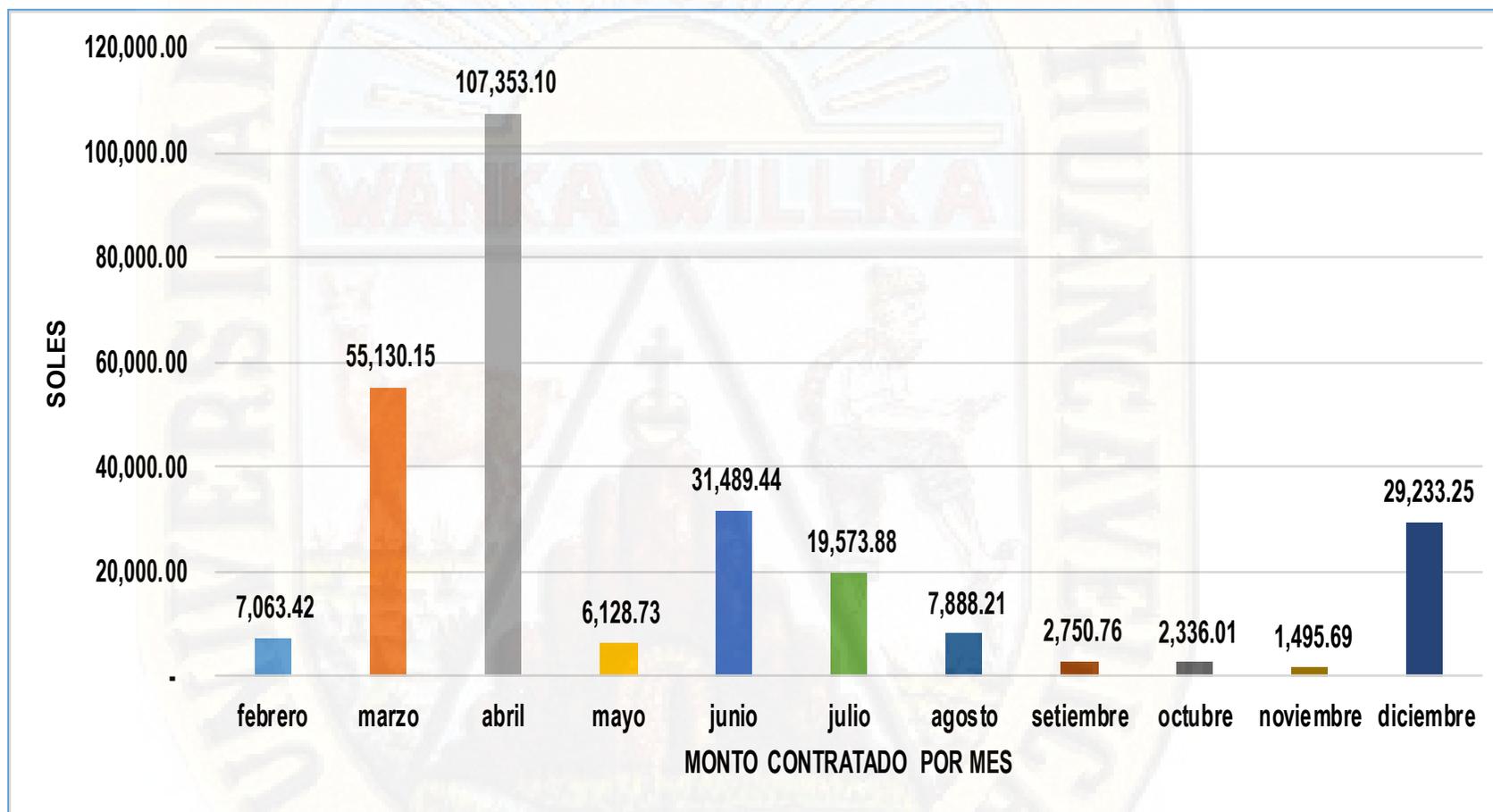
Las contrataciones en los catálogos electrónicos en la Municipalidad Provincial de Huancavelica ascienden a S/ 270,442.64. En el Cuadro 1.3 y el Gráfico 1.2 se aprecia la evolución del monto contratado a través de catálogos electrónicos de Acuerdo Marco en el año 2018. En los meses de marzo, abril y diciembre se contrataron mayores montos a través de catálogo electrónico (S/ 55,130.15; S/ 107,353.10 y S/ 29,233.25 respectivamente) y en los meses de setiembre, octubre y noviembre se contrataron menores montos (S/ 2,750.76; S/ 2,336.01 y S/ 1,495.69 respectivamente).

Cuadro 3 Cuadro 1.3 Evolución del monto contratado a través de catálogos electrónicos en la Municipalidad Provincial de Huancavelica, año 2018.

MES	MONTO CONTRATADO
febrero	S/. 7,063.42
marzo	S/. 55,130.15
abril	S/. 107,353.10
mayo	S/. 6,128.73
junio	S/. 31,489.44
julio	S/. 19,573.88
agosto	S/. 7,888.21
setiembre	S/. 2,750.76
octubre	S/. 2,336.01
noviembre	S/. 1,495.69
diciembre	S/. 29,233.25
TOTAL	S/. 270,442.64

Fuente: Central de compras públicas – Perú Compras. <https://www.perucompras.gob.pe/observatorio/indicadores-acuerdos-marco.php>

Figura 2 **Gráfico 1.2** Evolución del monto contratado a través de catálogos electrónicos en la Municipalidad Provincial de Huancavelica, año 2018.



Fuente: Central de compras públicas – Perú Compras. <https://www.perucompras.gob.pe/observatorio/indicadores-acuerdos-marco.php>

En el Cuadro 1.4. se observa el número de órdenes y los montos contratados a través de catálogos electrónicos por proveedor en la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.

Cuadro 4 Cuadro 1.4 Proveedores, número de órdenes y monto contratado a través de catálogos electrónicos en la Municipalidad Provincial de Huancavelica, año 2018.

Proveedores	Nro Ordenes	Monto Contratado	% M.C.
J & A DISEGE S.R.L.	6	47,033.81	17.39%
SERVICIOS GENERALES WORLD SERVIS S.A.C.	5	30,862.47	11.41%
INVERSIONES PERU E & C S.R.L.	8	22,152.67	8.19%
VILCHEZ GUTARRA LUIS ALBERTO	6	18,830.92	6.96%
CENCIA CRISPIN ARMANDO	1	18,121.97	6.70%
QBA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - QBA S.A.C.	3	15,709.90	5.81%
UNIVERSO EMPRESARIAL S.A.C.	10	14,757.13	5.46%
ATLANTA TECHNOLOGIES CENTER EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	1	13,173.76	4.87%
INVERSIONES EN OBRA PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	4	12,441.72	4.60%
GRUPO SEGURO PCS.A.C.	1	12,038.83	4.45%
LA CASA DEL SUMINISTRO S.C.R.L.	2	12,029.32	4.45%
LIBRERIA BAZAR SANTA MARIA EIRL	3	10,312.67	3.81%
CONDORI MOLLEHUARA JAIME	8	7,526.75	2.78%
TIENDAS DE COMPUTO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	3	7,063.42	2.61%
CORPORACION LUZMAR S.A.C.	1	4,172.39	1.54%
CORPORATIVO ALDEBARANWARE S.R.L.	1	3,450.34	1.28%
GIRALDEZ BENDEZU EFRAIN	5	3,095.75	1.14%
STARLING GRUOP S.A.C	2	2,934.22	1.08%
PERU DATA CONSULT E.I.R.L.	3	2,284.51	0.84%
INNOVA YEAM S.A.C.	2	1,587.63	0.59%
FINTECH S.A.C.	2	1,537.74	0.57%
INVERSIONES NAHOMY E.I.R.L.	1	1,137.26	0.42%
GRUPALNET PERU S.A.C.	1	1,132.33	0.42%
NORMAN L&V INGENIEROS E.I.R.L.	2	974.21	0.36%
INVERSIONES GENERALES JAKIDIAN S.A.C.	2	893.19	0.33%
AMEXUD SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	2	828.71	0.31%
MADEE SOLUCION TOTAL E.I.R.L.	1	689.71	0.26%
BIACOM E.I.R.L.	1	591.82	0.22%
BIO CELTROME I.I.R.L.	1	430.11	0.16%
CORPORACION ASTOR S.A.C.	1	420.19	0.16%
SILICON .PE S.A.C.	1	397.49	0.15%
CONSORCIO JOSTOCONT & ASOCIADOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	2	375.15	0.14%
MENDEZ HUAMAN JUSTINA	1	350.2	0.13%
CORPORACION ANGELES E & T.S.A.C.	1	344.56	0.13%
CONDORI ESPINOZA ANGELICA	1	310.1	0.11%
RICSE MALLQUI NAHOMY ALEJANDRA	1	245.44	0.09%
MALDONADO ARANGO DELIA DORIS	2	149.48	0.06%
INGA PEÑA JACKELINE	2	34.88	0.01%
DE LA CRUZ ESTEBAN EDNITA ADELEN	1	19.89	0.01%
Total		270,442.64	100.00%

Fuente: Central de compras públicas – Perú Compras.
<https://www.perucompras.gob.pe/observatorio/indicadores-acuerdos-marco.php>

Como se puede observar la Municipalidad Provincial de Huancavelica, como entidad local, se encuentra inmersa a las compras mediante el acuerdo marco, por lo que en el presente estudio se pretende demostrar, si las adquisiciones por la modalidad de acuerdo marco tiene algún vínculo o relación con la rentabilidad

empresarial de diferentes proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica durante el año 2018.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema General

¿Qué relación existe entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018?

1.2.2. Problemas Específicos

- ✓ ¿Qué relación existe entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad económica de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018?
- ✓ ¿Qué relación existe entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018?
- ✓ ¿Qué relación existe entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad autogenerada de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

1.3.2. Objetivos específicos

- ✓ Determinar la relación entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad económica de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

- ✓ Determinar la relación entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.
- ✓ Determinar la relación entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad autogenerada de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018

1.4. JUSTIFICACIÓN

1.4.1. Justificación teórica

La investigación realizada servirá como nota para la complementación de otros trabajos de investigación; en síntesis esta mostrará una prueba empírica de la lista actual entre las compras a través de catálogos electrónicos de acuerdos marco y la rentabilidad empresarial de los proveedores a través de la contrastación de la hipótesis.

De la misma manera, podrá realizarse distintos estudios científicos, en los siguientes niveles de investigación, en temas de compras públicas por la modalidad de acuerdo marco y su relación con la rentabilidad empresarial de los proveedores, ya sea a nivel local, nacional o a nivel internacional.

1.4.2. Justificación práctica

Por consiguiente, el resultado de la actual investigación servirá a los interesados involucrados en compras estatales a través de la modalidad de acuerdo marco, principalmente a las entidades y proveedores, como fuente de información o referencia a fin de tomar decisiones relacionadas a las compras electrónicas por la modalidad de acuerdo marco como centro de abastecimiento oportuno para las entidades públicas.

Asimismo, servirá como estudio de referencia o empírica para tomar decisiones o establecer políticas públicas o sociales en temas de rentabilidad empresarial.

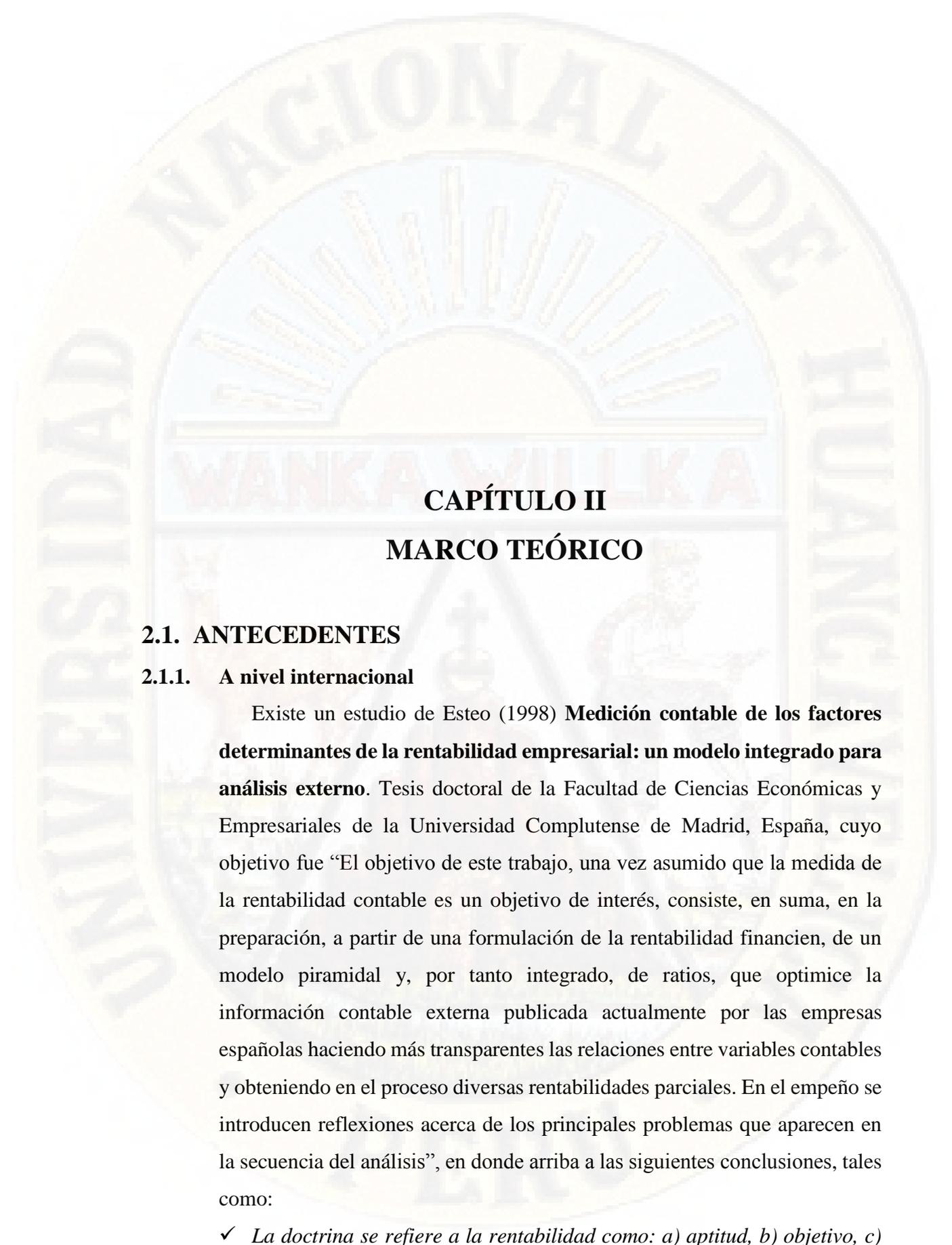
1.4.3. Justificación metodológica

El método utilizado en el presente trabajo de investigación servirá como referencia para la realización de otros trabajos de investigación relacionada a las compras electrónicas por la modalidad de acuerdo marco como medio como medio de abastecimiento oportuno para las entidades públicas.

Es decir, la metodología utilizada será un referente o reutilizada en otros estudios de investigación científica en temas de compras a través de catálogos electrónicos y rentabilidad empresarial.

1.4.4. Justificación social

Finalmente, si los estudios permiten tomar decisiones en las prácticas adecuadas en el proceso de abastecimiento a través de los catálogos electrónicos y formular políticas públicas o políticas sociales en temas de rentabilidad, éstas posibilitarán el cumplimiento de políticas sociales en favor de los menos favorecidos de nuestro país, por lo tanto, constituirá medio para combatir los problemas sociales, como la pobreza, desnutrición infantil, anemia, bajo rendimiento escolar, desigualdad, etc.



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. A nivel internacional

Existe un estudio de Esteo (1998) **Medición contable de los factores determinantes de la rentabilidad empresarial: un modelo integrado para análisis externo**. Tesis doctoral de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid, España, cuyo objetivo fue “El objetivo de este trabajo, una vez asumido que la medida de la rentabilidad contable es un objetivo de interés, consiste, en suma, en la preparación, a partir de una formulación de la rentabilidad financiera, de un modelo piramidal y, por tanto integrado, de ratios, que optimice la información contable externa publicada actualmente por las empresas españolas haciendo más transparentes las relaciones entre variables contables y obteniendo en el proceso diversas rentabilidades parciales. En el empeño se introducen reflexiones acerca de los principales problemas que aparecen en la secuencia del análisis”, en donde arriba a las siguientes conclusiones, tales como:

✓ *La doctrina se refiere a la rentabilidad como: a) aptitud, b) objetivo, c)*

rallo, y d) cociente del ratio. El concepto de rentabilidad no puede ser otro que el que alude a la capacidad o aptitud de un capital o unos medios para generar recursos o resultados. Considerar que la rentabilidad es un objetivo fundamental para la empresa, o que un ratio o su cociente también se denominen así, entendemos que son posiciones complementarias y que hablar de una o de otra es cuestión de énfasis.

- ✓ Una vez acotado el concepto de rentabilidad contable se plantea la conveniencia de su estudio por diferentes razones que así lo aconsejan y que están en íntima relación con: a) el deseo de los inversores de obtener ganancias, b) el deber de la empresa y de sus directivos de generar valor, c) la toma de decisiones, d) el equilibrio de la compañía, e) la liquidez, solvencia y capacidad de endeudamiento, y O la posibilidad de enjuiciar la gestión.
- ✓ Argumentos principales para la elaboración y estudio de una rentabilidad que no esté afectada por la estructura financiera: **1.** La actividad operativa tiene sus propias claves, su propio ámbito y sus propios responsables. Las decisiones financieras tienen, por su parte, su propio espacio. **2.** La rentabilidad económica es el motor de la empresa. **3.** El cálculo de la rentabilidad económica permite comparar mejores compañías con diferentes estructuras de pasivo. **4.** El estudio de la rentabilidad económica y de todos sus antecedentes constituye una herramienta de primer orden para el establecimiento de estrategias, previsiones y proyección de resultados. En definitiva, para la toma de decisiones. **5.** Como medida de la fuerza y competencia de la entidad en el servicio de sus activos. **6.** La rentabilidad es una buena variable para introducir en los modelos de predicción de fracasos.
- ✓ El examen de las diferentes formulaciones de rentabilidad económica, agrupadas en lo que denominamos patrones, evidencia las disparidades encontradas en relación con la perspectiva instrumental de los ratios y que afectan a: a) nombre, b) componentes del numerador, c) componentes del denominador, y d) definición de dichos componentes.
- ✓ La rentabilidad financiera se define mayoritariamente como la

remuneración atribuible a los fondos propios. Por lo que toca a su medida, y aunque se han expuesto varios patrones, en consonancia con lo anterior generalmente se establece comparando el beneficio neto total y los fondos propios medios comprometidos. Mayor dispersión existe a la hora de explicar formalmente los factores de los que depende la rentabilidad financiera Muchos autores la relacionan funcionalmente con distintos multiplicadores, habiéndose encontrado diferentes alternativas. Otros establecen una relación funcional lineal, también con varias opciones.

En el trabajo de Salinas (2011) en su trabajo intitulado “La producción y la **rentabilidad de la empresa de construcciones y hormigones Ecohormigones Cía. Ltda. En el año 2010**” Trabajo de graduación previo a la obtención de economista. Carrera de Economía, Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador, cuyo objetivo fue: estudiar el impacto que tiene la producción en la rentabilidad en la Empresa de construcciones y hormigones Ecohormigones Cía. Ltda. En ella arriba a las siguientes conclusiones

- ✓ *Existen faltas en el ejercicio del método del material por parte del delegado, así como la excesiva fabricación que originan los despojos de éste, dando a saber que no hay un comercio adecuado del material en el instante de la obtención, asimismo por la falta de mano de obra, materia prima, máquina y recursos económicos, debiendo retocar estos negociadores puesto que son enormemente importantes para la extracción y para el acrecentamiento de la rentabilidad de la empresa.*
- ✓ *Las diligencias que realiza la empresa ha aprobado confirmar las múltiples situaciones que ha entrenado en el tiempo de apartamiento, además hemos detectado un progreso en la rentabilidad con la obtención y comercialización del cascajo, y la ejecución de las obras civiles teniendo una máximo influencia en la fase de julio a diciembre.*
- ✓ *La entidad tiene un buen desempeño en comparación con los contrincantes en lo que se refiere a naturaleza del producto, dádiva a*

tiempo, valor y variedad de artículos ofrecidos siendo ésta bastante competitiva a nivel provincial con respecto a otras entidades reales

En la Tesis de Rodríguez y Alberca “Incremento de rentabilidad en la empresa “el carrete” Tesis previa a la obtención del título de ingenieras en finanzas. Carrera de Finanzas de la Escuela de Estadística y Finanzas, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Central del Ecuador, cuyo objetivo fue mejorar la Rentabilidad de la empresa EL CARRETE, desarrollando políticas y estrategias apropiadas en función de las necesidades de la empresa, con el fin de alcanzar su desarrollo y mejorar su ubicación en el mercado, se arriba a las siguientes conclusiones:

- ✓ *Los flujos de efectividad de las inversiones, predestinan resultados positivos, los mismos que determinan la viabilidad del esquema; de igual práctica se observa en el estado de resultados consolidado el encarecimiento de rentabilidad lo cual es favorable desde el primer año de funcionamiento del negocio.*
- ✓ *Las utilidades obtenidas en el capítulo financiero reflejan que el proyecto tiene una renta el primer año de \$27663,27 y ésta irá incrementándose en un 14.60% cada año.*
- ✓ *Luego de recobrar la inversión el diseño va a poseer un Vpn de \$ 10.987,03 que quiere aseverar que el esquema luego de la recuperación va a reanudar siendo rentable.*
- ✓ *Se determinó que para presentarse a un punto de acorde en donde no se pierda tampoco se gane en las conveniencias de la empresa, en vocablos económicos se debe entregar \$92.085,54 para el primer año y así sucesivamente*

En el estudio (Tesis para optar el grado de magíster en gestión de operaciones en el mercado público) **“Análisis econométrico del abastecimiento de medicamentos en el mercado público vía licitaciones, convenios marco y Cenabast” (2015)** de la Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas, Departamento de Ingeniería Industrial, realizada por Galdames Paredes, Fernando Javier, se concluye en lo siguiente:

“el estudio al impacto de la creación de acuerdo marco indica que no se puede afianzar que ésta haya poseído un impacto en los valores conocidos por los canales restantes. Es decir, el valor ingresado en las ofertas y por Cenabast no se vio afectado por el ingreso de pacto entorno como una información opción de operación. Lo que sí se puede asegurar des estas descomposiciones, es el hecho de que el arreglo ámbito no le quitó participación a las ventas realizadas por compraventa sin embargo sí influyó en que los compradores públicos solicitaran aparte a Cenabast, en certificada a los específicos que no entraron a convenio marco. Además, se observó que hubo una baja en las consumiciones de Cenabast para los medicamentos ideal suero, con una exposición ajena a la preparación de Convenio Marco”

Otro estudio, tesis para optar el grado de Magíster Scientiae en Gerencia de Proyectos de Desarrollo **“Evaluación ex post de la aplicación de los convenios marco implementados en el sector público como parte del Programa Estratégico para Modernización de las Compras Públicas”** (2014) del Instituto Centroamericano de Administración Pública – ICAP de San José de Costa Rica, Programa de Maestría Nacional en Gerencia de Proyectos de Desarrollo, realizada por Jeannette Solano García, concluye en lo siguiente:

“Queda evidenciado que la implementación de iniciativas como las consumiciones sólidas a través del interés de los convenios marco, son eficaces, competentes y se logra utilizar las economías de progresión, así como todos los negocios que persiguen este tipo de modalidades. Sin embargo, se requiere de un fuerte amparo político, frecuente para vigorizar las influencias realizadas y que las sociedades que lideran estos esquemas tengan los provechos indispensables, el liderazgo institucional apropiado para reanudar su lucha en pro de la actualización de las importaciones públicas”

2.1.2. A nivel Nacional

Existe un estudio realizado por Central de Compras Públicas – PERÚ COMPRAS denominado “**ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DEL MÉTODO ESPECIAL DE CONTRATACIÓN DE ACUERDOS MARCO**” (2018), cuyo objetivo es medir el nivel de satisfacción de las entidades públicas y proveedores que han utilizado el método especial de contratación de Acuerdos Marco, es decir, contrataron a través de los Catálogos Electrónicos implementados por PERÚ COMPRAS. En el cual arriban a las siguientes conclusiones:

- ✓ *según lo citado anteriormente, en términos generales, el altitud de abundancia de las entidades públicas que compraron a través de los Catálogos Electrónicos implementados y gestionados por PERU COMPRAS, en el periodo de análisis, fue del 68.1% (consideración positiva alta), entretanto que para los Proveedores fue del 58,7% (valoración positiva media). Dichas cifras, fueron superiores en relación a lo obtenido en la primera encuesta realizada en el 2017 (donde se analizó las compras de los años 2015-2016); al respecto, hubo un incremento en los niveles de satisfacción tanto para los sector público como para las empresas involucradas de 0.4% y 2.8%, respectivamente.*
- ✓ *Con respecto a los Instructivos de los Catálogos Electrónicos, se obtuvo que el 94.6% de los usuarios que pertenecen a las entidades afirmaron haber leído los instructivos, mientras que el 92.3% de los proveedores realizó la misma afirmación. De los usuarios que hicieron uso de los Catálogos Electrónicos de Acuerdos Marco, se observa que el 62.1% de las entidades públicas y el 59.1% de proveedores consideraron que la información contenida en los instructivos es útil, obteniendo una valoración positiva media.*
- ✓ *Otro alegato calibrado fue lo citado a los lucros obtenidos al emplear a través de los Catálogos Electrónicos, obteniéndose una apreciación positiva inscripción, tanto para las entidades públicas (69.0%) como para los suministradores (62.0%). Al desagregar los resultados, para las entidades públicas, las mayores valoraciones fueron porque les “reduce*

los costos inherentes con la ejecución de métodos de colección y de almacén” (71.3%) y les “posibilita consentir a un módulo de administración para el cortejo del estado de sus contrataciones” (71.0%). Por el lado de los negociantes, se debe principalmente a que les “posibilita entrar a diferentes veces de venta a través de la contribución en una sola convocatoria” (70.0%).

- ✓ En consecuencia, si los Catálogos Electrónicos originan los principios de la contratación pública, se hallaron valoraciones positivas alta y media. En el caso de las entidades públicas, se alcanzó un nivel de satisfacción promedio del 78.7%, mientras que en los proveedores fue del 57.4%. Al detallar los resultados, se encontraron que los principios con mayores valoraciones, en el caso de las entidades públicas, fueron: “transparencia” con el 87.1% y “libertad de concurrencia” con el 84.9%; por el lado de los proveedores, fueron para la “libertad de concurrencia” con el 69.4% y “publicidad” con el 62.3%.
- ✓ Al comparar el uso de los Catálogos Electrónicos en relación a otros procedimientos de contratación, se obtuvo que, en promedio, el 69.1% de las entidades públicas consideran que comprar por los Catálogos Electrónicos “es una óptima opción” que otros procedimientos de selección; de igual manera, en promedio, el 53.1% de los proveedores afirma lo mismo respecto a vender a través de los Catálogos Electrónicos.”

En la Tesis “**Modelo de Gestión de Abastecimiento en el Sector Público Peruano**” (2015) de la Universidad Nacional de San Marcos, Facultad de Ingeniería Industrial, E.A.P. de Ingeniería Industrial, realizada por José Luis Ñahui Niquen, concluye en lo siguiente:

“...la principal primacía de la modalidad de elección por Convenio Marco frente a la oferta inversa y los procesos normativos, radica en que otorga a las empresas públicas la ductilidad necesaria para conseguir los bienes y servicios en el instante que deseen y en las cifras autosuficientes para avalar su emergencia actual, al no estar agarrados a masas con anterioridad determinadas.”

Consecuentemente se tiene la investigación de Tesis “**Diseño de un Sistema Electrónico para soportar las Adquisiciones y Contrataciones Públicas**” (2010) de la Universidad Nacional Agraria La Molina, elaborada por César Palomino Monteagudo, concluye:

“... la Constitución de este sistema electrónico ha acreditado el desarrollo de nuevas modalidades de contratación en el Perú, como son la licitación inversa electrónica y las operaciones por catálogo electrónico de convenio marco, siendo ésta última modalidad la que tiende a ser aprovechada en la obtención de suministros”

Tesis para optar el título profesional de contador público desarrollado por Riós (2014) intitulado “**Gestión de procesos y rentabilidad en las empresas de Courier en Lima Metropolitana, 2012-2013**” en la Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras de la Universidad de San Martín de Porres, cuyo objetivo fue Determinar la influencia de la gestión de procesos en la rentabilidad en las empresas de Courier en Lima Metropolitana, 2012-2013, donde arriba a lo siguiente:

- ✓ *La totalidad de entidades de Courier en Lima Metropolitana al no incubar una buena negociación de calidad, no logran disminuir los periodos de adjudicaciones de las donaciones a los distintos puntos del territorio, ocasionando que la línea de valor se vea a medias disminuyendo la abundancia.*
- ✓ *La colectividad de empresas de Courier en Lima Metropolitana, no han ascendido su abundancia, debido a que no realizan un buen dictamen siquiera identifican las posibles razones que la afectan, ocasionando inconveniencias en la toma de validaciones.*
- ✓ *Las entidades de Courier en Lima Metropolitana no apoyan a la negociación de importaciones ocasionando ineficiencias y dilación en el progreso de filial, afectando la rentabilidad financiera.*
- ✓ *La generalidad de las agencias de Courier en Lima Metropolitana no logra una máximo competitividad, debido a que no invierten en*

tecnología, lo que conlleva a incrementar el evento financiero en sus transacciones.

Existe otro trabajo de Aznarán (2014) **“Determinantes de la rentabilidad empresarial en la industria de alimentos: caso de la Empresa Gloria S.A. (2000 – 2010)”** en la Facultad de Economía y Planificación de la Universidad Nacional Agraria La Molina, cuyo objetivo es determinar los factores que influyen en la rentabilidad de la empresa de alimentos Gloria S.A, donde se arriba a las siguientes conclusiones:

- ✓ *Una perspicaz utilidad neta creciente y positiva para el tiempo 2000 – 2010 de S/.51274 a S/.212265 miles de soles (...) repercute bruscamente en los capitalistas que obtienen un Upa igualmente creciente y positivo año tras año, esto es producto de diferentes ejecutores económicos, oficiales y financieros que intervienen en los estamentos especulables en la destreza de comestibles del País, no solo ejecutores regionales sino incluso creadores externos. De todos estos factores los más relevantes (...) para el evento de la rentabilidad financiera de la empresa de alimentos Gloria S.a. (...) son: Innovación y Desarrollo, Disminución de Gastos Financieros, Nivel de Apalancamiento, Activo Total, Política de Créditos e Inversión en Activos Fijos.*
- ✓ *El software de particularidad y crecimiento de artículos en la delegación Gloria S.a. ha datado creciendo todos los años, presentándose así avance de 2 bosquejos (...): El croquis de marketing extremista con resbalamientos anuales de nuevos tipos de artículos y el software de marketing incremental para incrementar anualmente la línea de géneros lácticos ahora reales; todo esto logra percibir un gran efecto en los niveles de ventas y a su vez en la rentabilidad de la entidad, los cuales han acudido incrementándose desde el año 2000 con un 9.72% incluso el año 2010 obteniendo un 17.15% de rentabilidad (...).*
- ✓ *La política de financiamiento y el patrimonio neto a través del tiempo 2000 – 2010 ha sido suscripción siempre arriba del 70% lo cual le ha otorgado prolongar exorbitantes niveles de apalancamiento creciente a través de los años e hasta manteniendo aprobación política financiera*

durante la explosión integral de los años 2008 y 2009; producto de esto la agencia se ha otorgado crecer en presupuesto y poder financiar la extracción de nuevas máquinas, crecimiento de nuevas tecnologías(diseño de tetrapack, papeles y cartones, plantas de reciclaje y fabricación de enlatados), locución de comunicaciones Plantas(Huachipa, Trujillo, Chiclayo y Cajamarca) y acceder alojar en el mercado Internacional(Puerto Rico, Bolivia, Argentina, Colombia y Ecuador).

- ✓ *La realización óptima de capital se halla cuando el costo promedio por capital es mínimo y la conveniencia es máxima según Miller y Modigliani; esto se logra en el año 2010 que es adonde la colectividad presenta una rentabilidad sentencia en disertación a los últimos 11 tiempos con una contribución de rentabilidad de 75.30% y una cotización de S/.9.01 por acción en el mercado bancario; frente a un costo promedio ponderado de solo 6.60% alcanzado en dicho año.*

2.1.3. A nivel local

En el ámbito local, existe un estudio realizado por Mayhua y Ramos (2016) titulado “Compras de útiles de escritorio por convenio marco y satisfacción de las áreas usuarias de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Huancavelica - periodo 2015”, tesis para optar el título profesional de contador público en la Universidad Nacional de Huancavelica, cuyo objetivo fue determinar la relación entre las compras de útiles de escritorio por la modalidad de convenio marco y la satisfacción de las áreas usuarias de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Huancavelica - Periodo 2015, en donde arriban a las siguientes conclusiones:

- ✓ *Se ha evidenciado que las Compras de útiles de escritorio por convenio marco se relaciona de forma positiva débil con la Satisfacción de las áreas usuarias de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Huancavelica en el periodo 2015. La fuerza de la bibliografía hallada es de $r=20.5\%$ por lo que dicha relación es positiva delicado. Asimismo, se ha especificado que el máximo peso de*

operaciones que se realizaron fueron para las unidades orgánicas siguientes: Logística y Patrimonio con un 27.71% (S/ 12,309.17) de las consumiciones totales, lineal de Dirección de caminos con una compra de 15% (S/ 6,692.39) lineal de la Oficina de Desarrollo Humano con una consumición del 7.92% (S/ 3,517.22) y en la variable Satisfacción de las áreas usuarias prevalece el nivel medio (96% de los casos).

- ✓ se ha medido que las Compras de útiles de escritorio por convenio marco se relaciona de manera positiva débil con la Satisfacción, en su extensión competencia, de las áreas usuarias de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Huancavelica en el tiempo 2015. La intensidad de la bibliografía hallada es de $r=24.57\%$ por lo que satisfacción relación es positiva decaído. Además, se ha concertado que, en lo concerniente a la Satisfacción, en su calidad eficiencia, de las áreas usuarias prevalece el escalón medio (81% de los casos).
- ✓ Se ha calculado que las Compras de útiles de despacho por convenio marco No se relaciona con la Satisfacción, en su dimensión efectividad, de las áreas usuarias de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Huancavelica en el tiempo 2015. La intensidad de la relación hallada es de $r=0.16\%$ y con la prueba de hipótesis la correlación resulta nula. Además, se ha acotado que, en lo concerniente a la Satisfacción, en su estatura efectividad, de las áreas usuarias prevalece el escalón centro (51% de los casos).
- ✓ Se ha demarcado que las Compras de útiles de despacho por convenio marco No se relaciona con la Satisfacción, en su dimensión oportunidad, de las áreas usuarias de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Huancavelica en el tiempo 2015. La fuerza de la nota hallada es de $r=0.00\%$ por lo que dicha semejanza es nula. Además, se ha decidido que, en lo concerniente a la Satisfacción, en su amplitud conveniencia, de las áreas usuarias prevalece el nivel centro (63% de los casos).

2.2. BASES TEÓRICAS

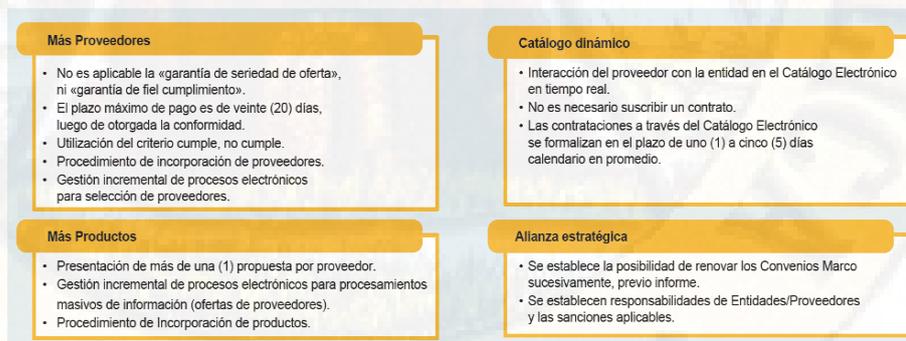
2.2.1. Acuerdo Marco

De acuerdo a la norma el Acuerdo Marco es la moda por el cual el Osce, selecciona, a través del desarrollo de un proceso, a aquellos negociantes con los que las Entidades del estado deberán pagar o emplear de manera directa los bienes y/o wáteres que requieran y que son ofertados a través del catálogo de Convenio Marco y las iguales Fichas de Convenio Marco, a más la normativa indica que esta modalidad de referéndum no constituye fraccionamiento (Alvarado, 2007)

“Modalidad por el cual se selecciona a aquellos comerciantes con los que las Entidades deberán emplear los bienes y/o servicios que requieran y que son ofertados a través de los catálogos Electrónicos de Convenios Marco” (OSCE, 2015)

Respecto de los bienes y servicios fin de dicho convenio marco, los entes públicos ímpetus a las ordenanzas de contratación de convenio marco están reconocidos a comprar bajo esta modalidad, relacionándose sin rodeos con el proveedor otorgado por la Osce (Valles, 2013). Los componentes de esta modalidad se pueden resumir en el Gráfico 2.1.

FIGURA 3 **Gráfico 2.1** Esquema relacional de la modalidad de convenio marco



Fuente: CAPPELLETTI (2013). *Construyendo catálogos electrónicos para el Estado*. Revista institucional AL DÍA. OSCE.

Los Catálogos Electrónicos por su naturaleza presentan beneficios comerciales principalmente para los compradores, veamos las evidencias

hasta el año 2013.

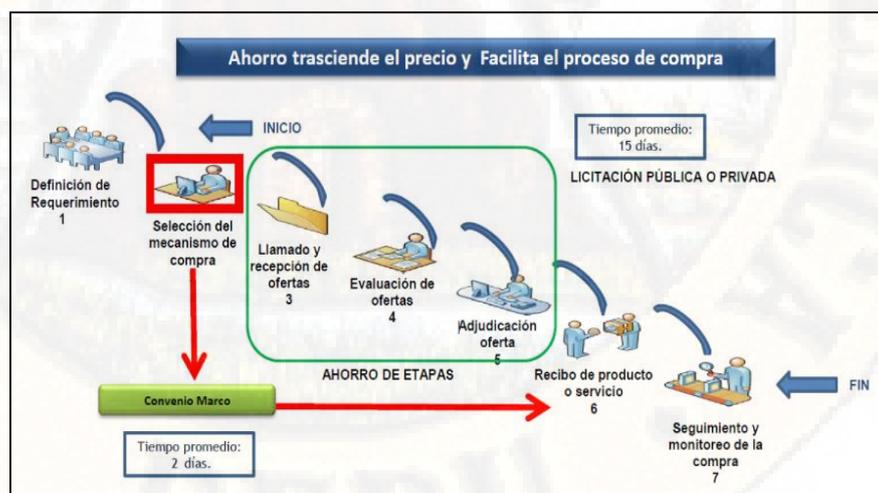
Cuadro 5 Cuadro 2.1 Mejoras realizadas por los proveedores usuarios de los catálogos Electrónicos al 2013.

Mejoras / Catálogos Electrónicos	Útiles de Escritorio	Bienes de Ayuda Humanitaria	Impresoras, consumibles y accesorios	Computadoras de escritorio, portátiles, proyectores y escáneres
Stock	155,721	410	-	-
Precio unitario	2,906	27	3,674	105
Garantía	940	-	643	1
Descuento por volumen	31,050	39	2,304	64
Cobertura y plazo	1,165	344	1,615	136
Plazo de entrega	530	23	-	-
Cobro de flete	666	120	294	135
Descuento por rango	10	-	-	-
Tiempo de prueba con garantía de reemplazo	-	-	18	1
Tiempo de respuesta	-	-	377	-
Tiempo de solución	-	-	112	2

Fuente: CAPPELLETTI (2013). *Construyendo catálogos electrónicos para el Estado*. Revista institucional AL DÍA. OSCE

A nivel del Órgano Encargado de Contrataciones (OEC) una de las ventajas es el ahorro de las etapas conforme se puede apreciar en el Gráfico N° 2.2, se elimina las etapas de convocatoria, evaluación de ofertas y adjudicación de la oferta.

Gráfico 2.2 Ventajas de la modalidad de convenio marco



Fuente: VALLES (2013). *Ventajas y conveniencia del convenio marco*. Ministerio de Hacienda. Gobierno de Chile

2.2.2. Rentabilidad Empresarial

Capacidad que tiene una compañía para poder gestar los rendimientos autosuficientes, en lista con sus ventas, activos o recursos naturales, para ser considerada rentable. Es decir, que la diferencia entre sus ingresos y sus gastos es suficiente como para mantenerse en el tiempo de manera sostenible y seguir creciendo (MytripleA s/f).

El análisis de la rentabilidad de la entidad consiste en un estudio en términos relativos de los resultados de la empresa, que relaciona los beneficios con las inversiones o los recursos propios de la empresa y así se deduce si la actividad de la empresa es eficiente (Sánchez, 2017).

Rentabilidad es un origen que se aplica a toda batalla económica en la que se movilizan unos orígenes, materiales, bienintencionados y financieros con el final de conseguir unos resultados. En la letra económica, pero el plazo rentabilidad se utiliza de manera bastante alterada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra superficie de la misma, en sentido natural se denomina rentabilidad a la medida del uso que en un determinado tiempo de plazo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posterior (Sánchez; 2002)

2.2.3. La Rentabilidad y sus Componentes

La rentabilidad suele ser analizada desde las dos perspectivas esenciales ya apuntadas: por una parte, la rentabilidad de los propietarios de la empresa, esto es, la rentabilidad financiera; por otra parte, la rentabilidad suele calar al conjunto de activos empleados en la actividad de la empresa, denominándose en este caso rentabilidad económica. Se puede meditar otro aire al investigarla la rentabilidad de la empresa, como es el nivel de capital financieros que genera internamente (cash-flow económico) en proporción a su output, esto es, su volumen de ingresos. Ello nos lleva a otra magnitud que se denomina

rentabilidad autogenerada (Lizcano; 2004)

2.2.4. La Rentabilidad Económica

Se trata de la disección de la rentabilidad obtenida por los activos de una entidad. Para ello se analiza el quedado alcanzado por la corporación antiguamente de medios, un resultado conocido o previsto, teniendo en enumeración la colectividad de los capitales económicos empleados para conseguir ese salido ignorando cual es la cuna u estirpe de los mismos. Por tanto, esta parte del análisis de la rentabilidad empresarial representa el rendimiento que corresponde a la inversión realizada por la empresa (MytripleA s/f).

La rentabilidad económica de la entidad es el incremento que produce el activo de la encomienda, en otras palabras, de las inversiones totales de la colectividad. Se relacionan los beneficios antes de intereses e impuestos (BAII) con el activo. La A partir de la expresión de la rentabilidad económica se puede ampliar el concepto descomponiendo la fórmula para llegar a una interpretación más amplia, *introduciendo las ventas en la expresión* (Sánchez, 2017): rentabilidad económica se calcula de la siguiente forma:

$$RE = \frac{BAII \text{ (Beneficio antes de intereses e impuestos)}}{TOTAL \text{ ACTIVO}}$$

Esta relación se puede expresar como el rendimiento de las inversiones o de los activos de la empresa, ya que es el rendimiento obtenido por la empresa de cada unidad monetaria invertida en su actividad, es decir, la capacidad de la empresa para remunerar los capitales invertidos (Sánchez, 2017).

2.2.5. La Rentabilidad Financiera

La rentabilidad empresarial a partir de la rentabilidad financiera se calcula en base a una relación entre los fondos propios de la empresa y el beneficio neto obtenido antes de impuestos, todo ello es finalmente multiplicado por cien para que quede representado en forma de porcentaje (MytripleA s/f).

La rentabilidad financiera es la relación entre el beneficio neto (con los

intereses y los impuestos ahora descontados) y los bienes legítimos (capital y haciendas) de la labora. También se denomina rentabilidad del capital, ya que muestra el beneficio generado por la empresa con relación al capital aportado por los socios (Sánchez, 2017).

La rentabilidad financiera se calcula a través de la siguiente fórmula:

$$RF = \frac{\text{Beneficio neto (después de impuestos)}}{\text{Capital}}$$

2.2.6. La Rentabilidad Autogenerada

La rentabilidad autogenerada trata de demostrar la significación de suscitación de medios financieros internos por parte de la empresa. Como fruto de las actividades del período la empresa habrá obtenido, por una parte, un resultado, y por otra, habrá podido dotar unas amortizaciones en relación con el inmovilizado material y/o inmaterial. Tanto una como otra, estas magnitudes representan unos flujos financieros de los que la empresa podrá en buena medida disponer libremente, al menos en el corto plazo (Lizcano; 2004).

$$RA = \frac{\text{Resultados antes de impuestos}}{\text{Ingresos totales}}$$

2.3. HIPÓTESIS

2.3.1. Hipótesis General

Existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018

2.3.2. Hipótesis Específicas

- ✓ Existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad económica de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

- ✓ Existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad financiera de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.
- ✓ Existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad autogenerada de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

2.4. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

- ✓ **ACUERDOS MARCO.** Son Acuerdos que son formalizados por la Central de Compras Públicas – Perú Compras y los Proveedores escogidos como salido de una convocatoria, en el cual se establecen las cargas e impuestos de las partes durante la justicia del mismo. Cabe precisar que hasta antes del principio en legitimidad de la Ley N° 30225 éstos se denominaban Convenios Marco.
- ✓ **COMPRAS.** Con el concepto de compra se hace noticia a la actividad de impresionar o comprar, a cambio de un precio determinado, un producto o un servicio. Pero todavía se considera “compra” el objeto adquirido, una vez perfecto la influencia de transacción consumado el acto de adquisición. Podemos decir que el hecho de que se produzca una compra también presume la existencia de otra parte, que es la que recibe el precio pactado por la prestación, es decir, quien realiza la venta.
- ✓ **CONTRATACIÓN A TRAVÉS DE LOS CATÁLOGOS ELECTRÓNICOS DE ACUERDOS MARCO.** Método Especial de Contratación a través del cual las Entidades Públicas contratan, por medio de reglas por lo que precede definidas por Perú Compras los bienes y/o servicios que se encuentren habitable en los Catálogos Electrónicos de Acuerdo Marco, siempre que estos permitan la atención del requerimiento y se cuente con la disponibilidad de medios.
- ✓ **LA RENTABILIDAD AUTOGENERADA.** La rentabilidad autogenerada trata de mostrar la capacidad de generación de recursos financieros internos por parte de la empresa. Como fruto de las actividades del período la empresa habrá obtenido, por una parte, un resultado, y por otra, habrá podido dotar unas

amortizaciones en relación con el inmovilizado material y/o inmaterial. Tanto una como otra, estas magnitudes representan unos flujos financieros de los que la empresa podrá en buena medida disponer libremente, al menos en el corto plazo (Lizcano; 2004)

- ✓ **MODALIDAD.** Al charlar, necesariamente clasificamos las cosas. Todo está en el interior de un grupo, un orden o un conjunto. Sin embargo, un conjunto de poco existe porque cada elemento tiene una consonancia con los otros elementos, en otras palabras, todos tienen poco en común. Por lo tanto, la modalidad es una de las diferencias que hay interiormente de un conjunto. Ilustremos esta contemplación con un ejemplo: las correcciones distintas de nadar.
- ✓ **RENTABILIDAD ECONÓMICA.** La rentabilidad económica de la empresa es el rendimiento que produce el activo de la empresa, es decir, de las inversiones totales de la empresa. Se relacionan los beneficios antes de intereses e impuestos (BAII) con el activo. La A partir de la expresión de la rentabilidad económica se puede ampliar el concepto descomponiendo la fórmula para llegar a una interpretación más amplia, *introduciendo las ventas en la expresión* (Sánchez, 2017)
- ✓ **RENTABILIDAD EMPRESARIAL.** Capacidad que tiene una empresa para poder generar las posesiones suficientes, en lista con sus liquidaciones, activos o favores legales, para ser considerada rentable. Es decir, que la diferencia entre sus ingresos y sus gastos es suficiente como para mantenerse en el tiempo de manera sostenible y seguir creciendo (MytripleA s/f).
- ✓ **RENTABILIDAD FINANCIERA.** La rentabilidad financiera es la descripción entre el beneficio neto (con los intereses y los impuestos ahora descontados) y los recursos legítimos (capital y reservas) de la empresa. También se denomina rentabilidad del capital, ya que muestra el beneficio generado por la empresa con relación al capital aportado por los socios (Sánchez, 2017)
- ✓ **CATÁLOGO ELECTRÓNICO.** Herramienta electrónica de dirección de contrataciones explotada por las corporaciones contratantes (compradores) y vendedores autorizados en el catálogo Electrónico (vendedores), que posibilita

la interacción entre los dos para definir la formalización de la nota contractual de manera ágil y eficaz.

- ✓ **OPERACIÓN DE LOS CATÁLOGOS ELECTRÓNICOS DE ACUERDOS MARCO.** Aquella originada por el inicio de la vigencia de los Catálogos Electrónicos de Acuerdos Marco, cuya duración será establecida en los documentos de la convocatoria.
- ✓ **SISTEMA ELECTRÓNICO DE CONTRATACIONES DEL ESTADO (SEACE).** Es un sistema completo, variado por políticas, procedimientos, normas y software basado en el uso del internet, con el fin de dar transparencia, optimizar, modernizar y formar ahorros en las contrataciones públicas del Perú.

2.5. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

2.5.1. Variable 1:

Compras a través de catálogos electrónicos.

2.5.2. Variable 2:

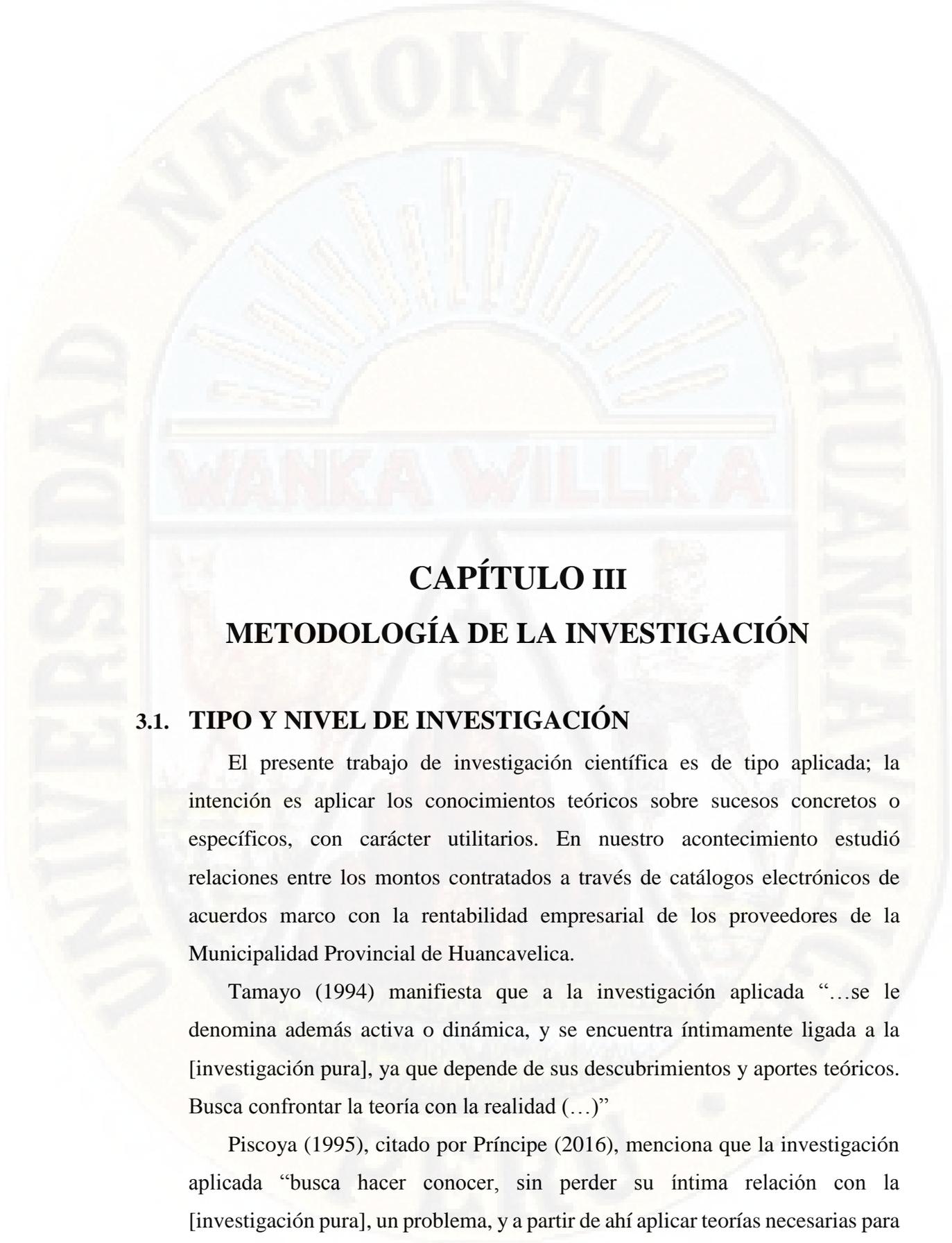
Rentabilidad empresarial.

2.6. DEFINICIÓN OPERATIVA DE LAS VARIABLES E INDICADORES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERATIVA	
		DIMENSIÓN	INDICADOR
VARIABLE 1: MONTO CONTRATADO A TRAVÉS DE CATÁLOGOS ELECTRÓNICOS	Monto contratado por los proveedores a través de los catálogos electrónicos por la modalidad de acuerdo marco	(No aplica)	Monto contratado a través del catálogo electrónico de Acuerdos Marco
VARIABLE 2: RENTABILIDAD EMPRESARIAL	Capacidad que tiene una empresa para generar los beneficios (ROA)	para poder económica	Rentabilidad obtenida por los activos de la empresa

<p>suficientes, en relación con sus ventas, activos o recursos propios, para ser considerada rentable. Es decir, que la diferencia entre sus ingresos y sus gastos es suficiente como para mantenerse en el tiempo de manera sostenible y seguir creciendo</p>	<p>Rentabilidad financiera (ROE)</p>	<p>Rentabilidad obtenida por los capitales propios de la empresa</p>
	<p>Rentabilidad autogenerada</p>	<p>Capacidad de generación de recursos financieros internos por parte de la empresa</p>

Fuente: Elaboración propia.

The logo of the Universidad Nacional de Huancavelica is a large, semi-circular emblem. It features a central sun with rays, a banner below it with the text 'WANKA WILLKA', and a shield at the bottom containing a figure. The words 'UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCVELICA' are written around the perimeter of the emblem.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación científica es de tipo aplicada; la intención es aplicar los conocimientos teóricos sobre sucesos concretos o específicos, con carácter utilitarios. En nuestro acontecimiento estudió relaciones entre los montos contratados a través de catálogos electrónicos de acuerdos marco con la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica.

Tamayo (1994) manifiesta que a la investigación aplicada “...se le denomina además activa o dinámica, y se encuentra íntimamente ligada a la [investigación pura], ya que depende de sus descubrimientos y aportes teóricos. Busca confrontar la teoría con la realidad (...)”

Piscoya (1995), citado por Príncipe (2016), menciona que la investigación aplicada “busca hacer conocer, sin perder su íntima relación con la [investigación pura], un problema, y a partir de ahí aplicar teorías necesarias para

establecer principios generales con respecto a la naturaleza particular de la realidad estudiada”.

En cuanto al nivel de investigación es correlacional. En razón que describió o determinó la relación estadística entre los montos contratados a través de catálogos electrónicos de acuerdos marco y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica.

Barriga (2005), citado por Príncipe (2016) explica que la “Investigación correlacional, a diferencia de la investigación descriptiva y explicativa, pretende contar la posible lista de vinculación y no de causalidad entre dos o más variables de estudio”.

Por otro lado, Hernández, Fernández y Baptista (2010) manifiestan que el propósito de la investigación correlacional es “conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular (...) los estudios correlacionales, al evaluar el grado de asociación entre dos o más variables, miden cada una de ellas (presuntamente relacionadas) y, después cuantifican y analizan la vinculación. Tales correlaciones se sustentan en hipótesis sometidas a prueba (...)”

3.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Método General:

Dialéctico

Es el método usual utilizado fue el método dialéctico, en razón que se reflejó la realidad, en nuestro caso el monto contratado a través de catálogos electrónicos la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica y su relación entre ellas. Además, utilizamos el método dialéctico porque utilizamos sus principios, clases y conciencias de la dialéctica para programar la disertación (generar conocimientos).

En esa línea Príncipe (2016) manifiesta que el método dialéctico “se constituye, a su vez, en teoría y método por excelencia. Es tesis, en punto reflexiva la efectividad o del mundo objetivo; y es razonamiento, en cuanto sus inicios, jerarquías y lealtades sirven de base o apoyo para el progreso de la

enseñanza. Dicho es decir, la dialéctica como conclusión es generación de la existencia; y como razonamiento, sirve para considerar, repasar y sistematizar las asignaturas en general, llámense naturales, sociales o la filosofía”

Métodos Específicos

Descriptivo

Abreú (2014) manifiesta que el método descriptivo “busca un conocimiento inicial de la realidad que se produce de la observación directa del investigador y del conocimiento que se obtiene mediante la lectura o estudio de las informaciones aportadas por otros autores. Se refiere a un razonamiento cuyo objetivo es desarrollar con el máximo amortiguación metodológico, comunicado significativa sobre la sinceridad en examen con los criterios condicionados por la escuela”.

Es el procedimiento que nos permitió determinar, fallar, determinar los montos contratados a través de catálogos electrónicos de acuerdos marco y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica y su relación que tiene entre éstas. Consecuentemente, permitirá resistir a conclusiones válidas.

El método inductivo

Es lo que te permite ir de lo personal a lo general, es manifestar que permite demorar a conclusiones generales a partir de casos particulares. Behar, D. (2008) manifiesta al respecto. “El método inductivo crea leyes a partir de la observación de los hechos, mediante la generalización del comportamiento observado; en realidad, lo que realiza es una especie de generalización, sin que por medio de la lógica pueda conseguir una demostración de las citadas leyes o conjunto de conclusiones” (Behar, D., 2008)

El método analítico

El análisis es la descomposición de un todo en sus partes a fin de estudiarlos. Lopera manifiesta que “El método analítico es un camino para llegar a un

resultado mediante la descomposición de un fenómeno en sus elementos constitutivos” (Lopera, Ramírez, Zuluaga & Ortiz, 2010).

El método sintético

La condensación permite divulgar a cortar del ensayo de la descomposición de un todo. El análisis presupone a la sinopsis y al contrario. Con respecto al método analítico y sintético Montaner y Simón (1887) menciona: “El método analítico descompone una idea o un objeto en sus elementos (distinción y diferencia), y el sintético compone elementos, conexiona relaciones y forma un todo o conjunto (homogeneidad y semejanza), pero se hace aquella distinción y se constituye esta homogeneidad bajo el principio unitario que rige y preside ambas relaciones intelectuales” (Montaner y Simón, 1887, p. 133 - Citado por Lopera, Ramírez, Zuluaga & Ortiz, 2010).

3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación tiene como diseño el No Experimental Transversal descriptivo-correlacional, debido a que las variables no fueron manipuladas intencionalmente y se buscó la relación entre las variables en un solo momento.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) explican que las investigaciones no experimentales son “Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”.

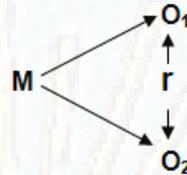
Por otro lado, Príncipe (2016) manifiesta que al diseño transeccional “se le conoce también como transversal o transaccional. Su objetivo es concentrar factores en un solo tiempo y en un momento único con el objetivo de calificar en las variables de apartamiento los rasgos observados.”

Asimismo, manifiesta que los diseños descriptivos tienen como “propósito fundamental es ‘indagar’ la incidencia y los valores en que se manifiestan una o más variables”

Finalmente, Hernández, Fernández y Baptista (2010) explican que los diseños transeccionales correlacionales “describen compromisos entre dos o más

categorías, conceptos o variables en un instante cierto, (...) en términos correlacionales”

Esquema:



Donde:

M : Muestra de estudio.

O₁ : Observación de la primera variable.

O₂ : Observación de la segunda variable.

r : Relación.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

Para Tamayo (1994) la población “es la totalidad del fenómeno a estudiar en donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”

La población de estudio de la presente investigación son los 39 proveedores que contrataron con la Municipalidad Provincial de Huancavelica a través del catálogo electrónico de Acuerdo Marco durante el año 2018. Ellos e puede mostrar en el Cuadro 3.1.

Cuadro 6 Cuadro 3.1 Proveedores, número de órdenes y monto contratado a través de catálogos electrónicos en la Municipalidad Provincial de Huancavelica, año 2018.

Proveedores	Nro Ordenes	Monto Contratado	% M.C.
J & A DISEGE S.R.L.	6	47,033.81	17.39%
SERVICIOS GENERALES WORLD SERVIS S.A.C.	5	30,862.47	11.41%
INVERSIONES PERU E & C.S.R.L.	8	22,152.67	8.19%
VILCHEZ GUTARRA LUIS ALBERTO	6	18,830.92	6.96%
CENCIA CRISPIN ARMANDO	1	18,121.97	6.70%
QBA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - QBA S.A.C.	3	15,709.90	5.81%
UNIVERSO EMPRESARIAL S.A.C.	10	14,757.13	5.46%
ATLANTA TECHNOLOGIES CENTER EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	1	13,173.76	4.87%
INVERSIONES EN OBRA PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	4	12,441.72	4.60%
GRUPO SEGURO PC S.A.C.	1	12,038.83	4.45%
LA CASA DEL SUMINISTRO S.C.R.L.	2	12,029.32	4.45%
LIBRERIA BAZAR SANTA MARIA EIRL	3	10,312.67	3.81%
CONDORI MOLLEHUARA JAIME	8	7,526.75	2.78%
TIENDAS DE COMPUTO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	3	7,063.42	2.61%
CORPORACION LUZMAR S.A.C.	1	4,172.39	1.54%
CORPORATIVO ALDEBARANWARE S.R.L.	1	3,450.34	1.28%
GIRALDEZ BENDEZU EFRAIN	5	3,095.75	1.14%
STARLING GRUOP S.A.C.	2	2,934.22	1.08%
PERU DATA CONSULT E.I.R.L.	3	2,284.51	0.84%
INNOVA YEAM S.A.C.	2	1,587.63	0.59%
FINTECH S.A.C.	2	1,537.74	0.57%
INVERSIONES NAHOMY E.I.R.L.	1	1,137.26	0.42%
GRUPALNET PERU S.A.C.	1	1,132.33	0.42%
NORMAN L&V INGENIEROS E.I.R.L.	2	974.21	0.36%
INVERSIONES GENERALES JAKIDIAN S.A.C.	2	893.19	0.33%
AMEXUD SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	2	828.71	0.31%
MADEE SOLUCION TOTAL E.I.R.L.	1	689.71	0.26%
BIACOM E.I.R.L.	1	591.82	0.22%
BIO CELTROM E.I.R.L.	1	430.11	0.16%
CORPORACION ASTOR S.A.C.	1	420.19	0.16%
SILICON .PE S.A.C.	1	397.49	0.15%
CONSORCIO JOSTOCONT & ASOCIADOS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	2	375.15	0.14%
MENDEZ HUAMAN JUSTINA	1	350.2	0.13%
CORPORACION ANGELES E & T.S.A.C.	1	344.56	0.13%
CONDORI ESPINOZA ANGELICA	1	310.1	0.11%
RICSE MALLQUI NAHOMY ALEJANDRA	1	245.44	0.09%
MALDONADO ARANGO DELIA DORIS	2	149.48	0.06%
INGA PEÑA JACKELINE	2	34.88	0.01%
DE LA CRUZ ESTEBAN EDNITA ADELEN	1	19.89	0.01%
Total		270,442.64	100.00%

Fuente: Central de compras públicas – Perú Compras.
<https://www.perucompras.gov.pe/observatorio/indicadores-acuerdos-marco.php>

3.4.2. Muestra

Según Portocarrero Merino, Ewer (2005; 58) menciona que “la muestra es una parte reducida de la población o un subconjunto de esta, que pero posee las principales características de aquella. Esta es la principal hacienda de la muestra (gozar las principales características de la población) la que hace exequible que el investigador, que trabaja con la muestra, generalice sus resultados a la ciudad”.

En la presente investigación es una muestra censal, es decir la muestra son los 39 proveedores que contrataron con la Municipalidad Provincial de Huancavelica a través del catálogo electrónico de Acuerdo Marco durante el año 2018

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Conforme al diseño de investigación y orientado al logro de los objetivos planteados, se utilizaron las técnicas e instrumentos que se mencionan en el Cuadro 3.2.

Cuadro 7 Cuadro 3.2. Técnicas e instrumento a utilizarse en la investigación.

TÉCNICA	INSTRUMENTO	VARIABLE A MEDIR
Observación	Ficha de observación (de la plataforma Central de compras públicas – Perú Compras)	Monto contratado a través de catálogos electrónicos
Encuesta	Cuestionario	Rentabilidad empresarial

3.6. TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para el procesamiento y el análisis de la información obtenida mediante los instrumentos de medición se usaron dos técnicas:

Estadística descriptiva

- ✓ Tablas de frecuencias simple y de contingencia.
- ✓ Gráficos de barras simple, agrupadas.
- ✓ Medidas de tendencia central y de dispersión.

Estadística inferencial

- ✓ Prueba de hipótesis.

Para implementación de estos modelos se utilizaron los siguientes programas informáticos: MS-Excel y el SPSS.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1. Resultados de Estadísticas Descriptivas de Monto Contratado a Través de Catálogos Electrónicos de la Municipalidad Provincial de Huancavelica del año 2018

Cuadro 8 **Cuadro 4.1** Estadísticas de la variable “monto contratado a través de catálogos electrónicos”.

<i>MONTO CONTRATADO A TRAVÉS DE CATÁLOGOS ELECTRÓNICOS</i>	
Media	6,934.43
Mediana	1,587.63
Moda	N/A
Desviación estándar	10,030.27
Varianza de la muestra	100,606,219.27
Rango	47,013.92
Mínimo	19.89
Máximo	47,033.81

Suma	270,442.64
Cuenta	39
Nivel de confianza (95.0%)	3,251.44

Fuente: Base de datos.

En el Cuadro 4.1 se exponen las estadísticas descriptivas de la variable *monto contratado a través de catálogos electrónicos*. En esta tabla se observa que la media es 6,934.43 soles. La mediana es 1,587.63 soles. El monto mínimo contratado es 19.89 soles y el monto máximo contratado es el de 47,033.81 soles, haciendo un rango de 47,013.92 soles.

Además, debemos manifestar que con un 95% de confianza el rango o intervalo (S/ 3,682.99; S/ 10,185.87) contiene el verdadero valor de la media poblacional.

Respecto a las medidas de dispersión que miden la dispersión de los datos, en esta variable el *monto contratado a través de catálogos electrónicos*, encontramos a la desviación estándar con una de 10,030.27 soles y la varianza es 100,606,219.27 soles.

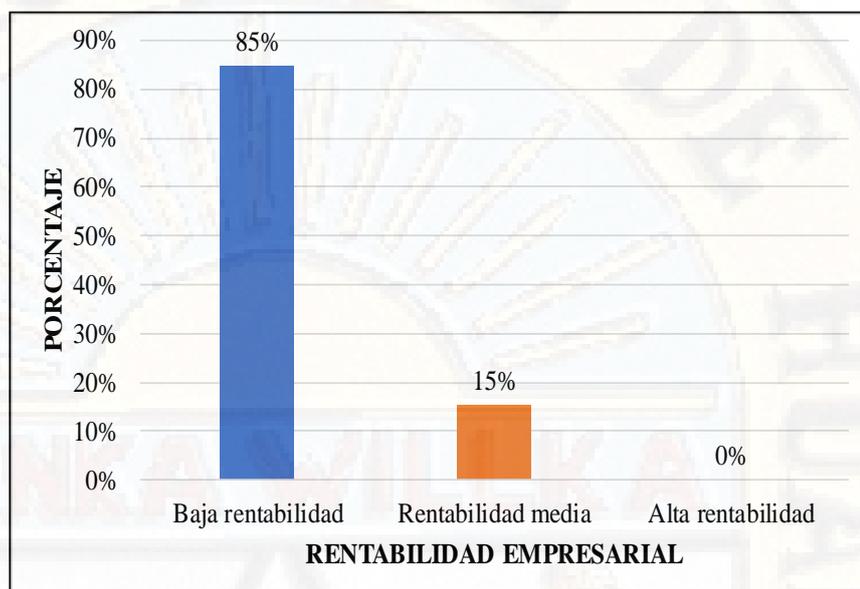
4.1.2. Resultados de la Rentabilidad Empresarial de los Proveedores de La Municipalidad Provincial De Huancavelica en el año 2018

Cuadro 9 **Cuadro 4.2** Resultado de la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.

RENTABILIDAD EMPRESARIAL	f	%
<i>Baja rentabilidad</i>	33	85
<i>Rentabilidad media</i>	6	15
<i>Alta rentabilidad</i>	0	0
Total	39	100

Fuente: cuestionario aplicado.

Figura 5 **Gráfico 4.1** Diagrama de la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.



Fuente: Cuadro 4.1.

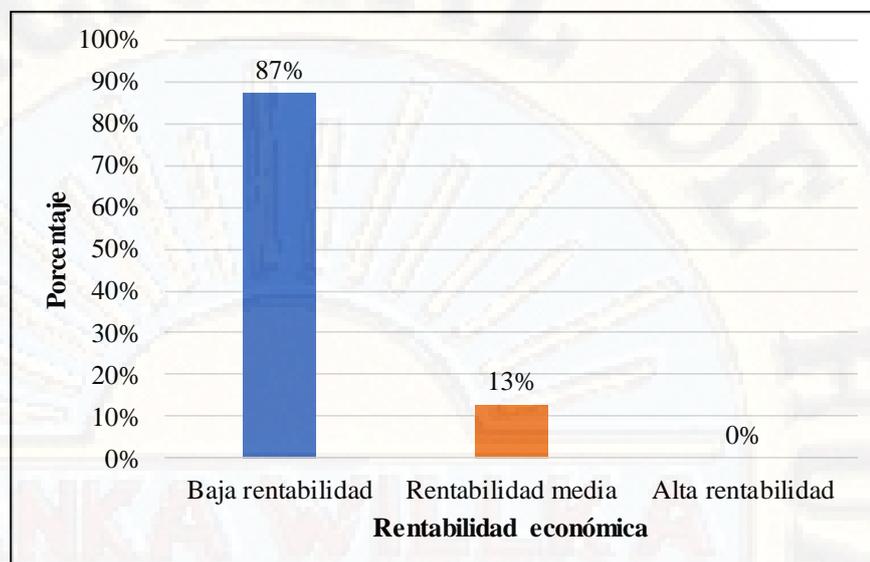
El Cuadro 4.2 y el Gráfico 4.2 muestran los hallazgos de la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018. En ellas se aprecia que 85% (33) de los proveedores tienen una baja rentabilidad, el 15% (6) de los proveedores poseen una rentabilidad media y ningún proveedor tiene una alta rentabilidad. Estos resultados muestran que predominan proveedores con baja rentabilidad.

Cuadro 10 **Cuadro 4.3** Resultado de la rentabilidad económica de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.

RENTABILIDAD ECONÓMICA	f	%
<i>Baja rentabilidad</i>	34	87
<i>Rentabilidad media</i>	5	13
<i>Alta rentabilidad</i>	0	0
Total	39	100.00

Fuente: cuestionario aplicado.

FIGURA 6 Gráfico 4.2 Diagrama de la rentabilidad económica de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.



Fuente: Cuadro 4.3.

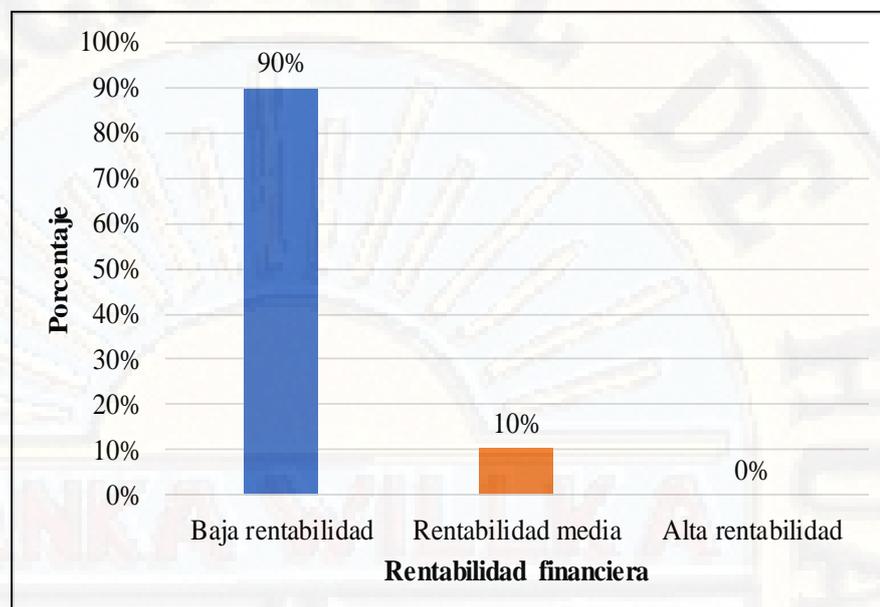
El Cuadro 4.3 y el Gráfico 4.2 revelan los resultados de la *rentabilidad económica* de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018. En ellas se observa que el 87% (34) de los proveedores tienen una baja rentabilidad económica; el 13% (5) de los proveedores presentan una rentabilidad económica media; y ningún proveedor tiene una alta rentabilidad económica. Estos resultados exponen que sobresalen los proveedores con una baja rentabilidad económica.

Cuadro 11 **Cuadro 4.4** Resultado de la rentabilidad financiera de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.

RENTABILIDAD FINANCIERA	f	%
<i>Baja rentabilidad</i>	35	90
<i>Rentabilidad media</i>	4	10
<i>Alta rentabilidad</i>	0	0
Total	39	100.00

Fuente: cuestionario aplicado.

FIGURA 7 **Gráfico 4.3** Diagrama de la rentabilidad financiera de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.



Fuente: Cuadro 4.4.

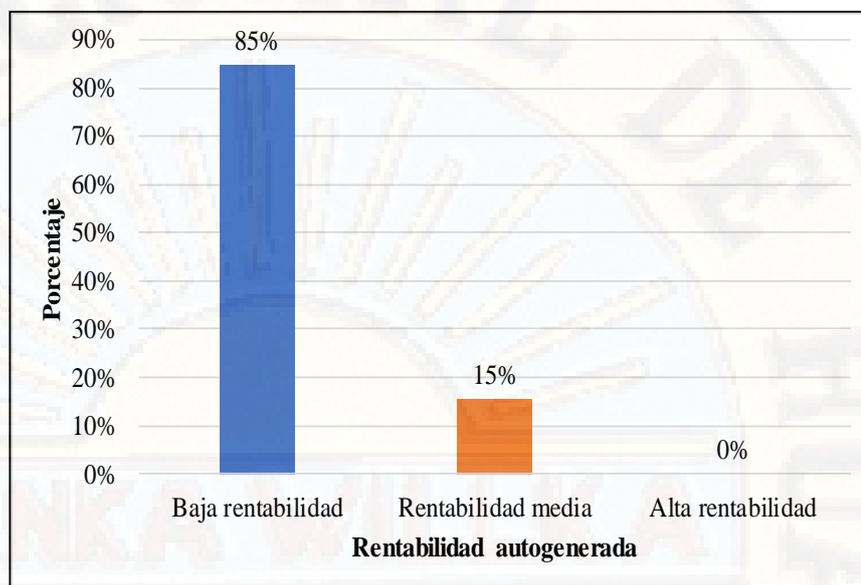
El Cuadro 4.4 y el Gráfico 4.3 exponen los resultados de la *rentabilidad financiera* de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018. En estas se observa que el 90% (35) de los proveedores tienen una baja rentabilidad financiera; el 10% (4) de los proveedores presentan una rentabilidad financiera media; y ningún proveedor tiene una alta rentabilidad financiera. Estos resultados exponen que sobresalen los proveedores con una baja rentabilidad financiera.

Cuadro 12 **Cuadro 4.5** Resultado de la rentabilidad autogenerada de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.

RENTABILIDAD AUTOGENERADA	f	%
<i>Baja rentabilidad</i>	33	85
<i>Rentabilidad media</i>	6	15
<i>Alta rentabilidad</i>	0	0
Total	39	100.00

Fuente: cuestionario aplicado.

FIGURA 8 **Gráfico 4.4** Diagrama de la rentabilidad autogenerada de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.

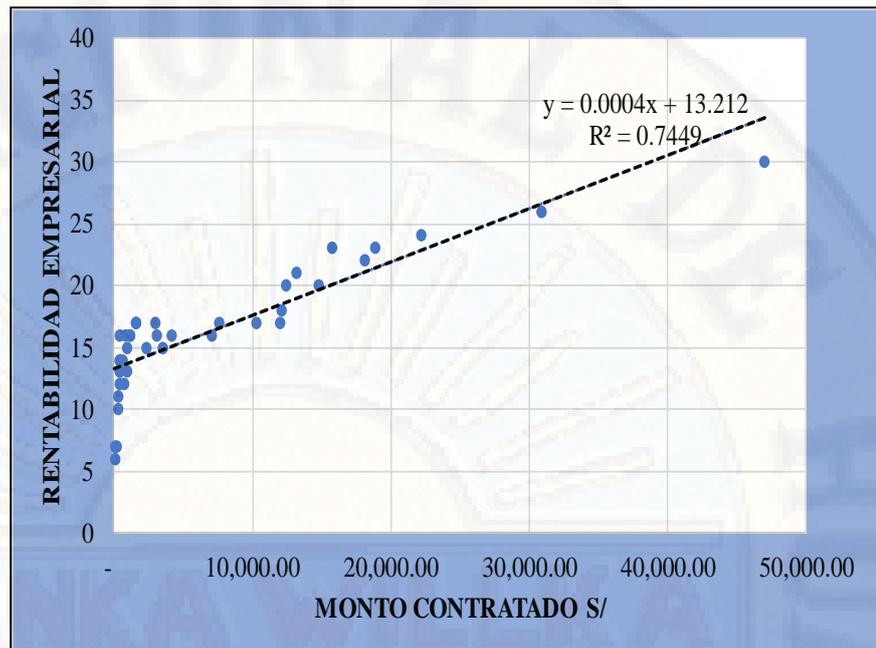


Fuente: Cuadro 4.5.

El Cuadro 4.5 y el Gráfico 4.4 exponen los resultados de la *rentabilidad autogenerada* de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018. En estas se observa que el 85% (33) de los proveedores tienen una baja rentabilidad autogenerada; el 6% (15) de los proveedores presentan una rentabilidad autogenerada media; y ningún proveedor tiene una alta rentabilidad autogenerada. Estos resultados exponen que sobresalen los proveedores con una baja rentabilidad autogenerada.

4.1.3. Resultados de Relación del Monto Contratado a Través de Catálogos Electrónicos y Rentabilidad Empresarial de los Proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018

FIGURA 9 **Gráfico 4.5** Diagrama de la relación del monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.



Fuente: Base de datos.

En el Gráfico 4.5 muestra la gráfica de los pares de valores de cada unidad de análisis, es decir las puntuaciones del *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad empresarial*, en donde se demuestra que los valores del *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad empresarial* se relacionan de manera positiva. Por lo que anticipadamente podemos afirmar que existe una relación positiva entre *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad empresarial* en los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.

Para comprobar la potencia de la correlación entre las dos variables, usamos las puntuaciones originales obtenidos por el cuestionario, para lo cual usamos el coeficiente de relación “r” de Pearson.

$$r = \frac{Cov(x, y)}{S_x \times S_y}$$

Siendo:

Cov(x,y): Covarianza de las puntuaciones de las dos variables.

S_x: Desviación estándar de la variable *monto contratado a través de catálogos electrónicos*.

S_y: Desviación estándar de la variable *rentabilidad empresarial*.

Aplicamos los datos a la fórmula:

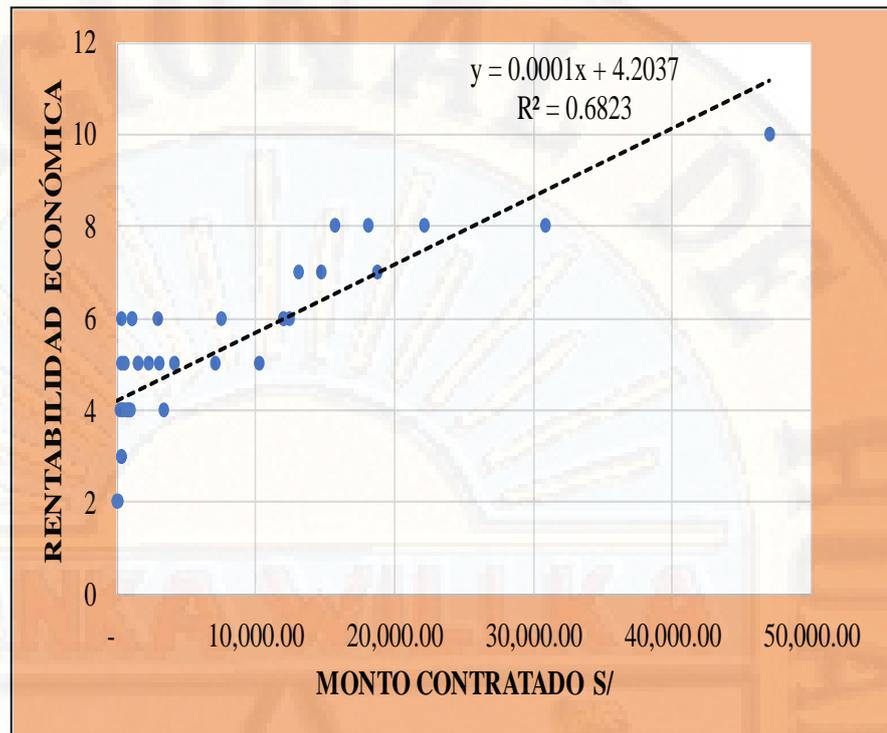
$$r = \frac{42,315.0715}{9,900.83697 \times 4.95197183}$$
$$r = 0.86306798 \approx 0.86$$

La intensidad de la correlación es alrededor del 0.86 positiva.

4.1.4. Resultados de relación del monto contratado a través de catálogos electrónicos y rentabilidad económica de los proveedores de la municipalidad provincial de huancavelica en el año 2018

El Gráfico 4.6 expone la gráfica de los pares de valores de cada unidad de análisis, es decir, las puntuaciones del *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad económica*, en donde se demuestra que los valores del *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad económica* se relacionan de manera positiva. Por lo que adelantadamente podemos afirmar que existe una relación positiva entre *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad económica* en los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.

FIGURA 10 Gráfico 4.6 Diagrama de la relación del monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad económica de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.



Fuente: Base de datos.

Para comprobar la potencia de la correlación entre las dos variables, usamos las puntuaciones originales obtenidos por el cuestionario, para lo cual usamos el coeficiente de relación “r” de Pearson.

$$r = \frac{Cov(x, y)}{S_x \times S_y}$$

Siendo:

Cov(x,y): Covarianza de las puntuaciones de las dos variables.

S_x: Desviación estándar de la variable *monto contratado a través de catálogos electrónicos*.

S_y: Desviación estándar de la variable *rentabilidad económica*.

Aplicamos los datos a la fórmula:

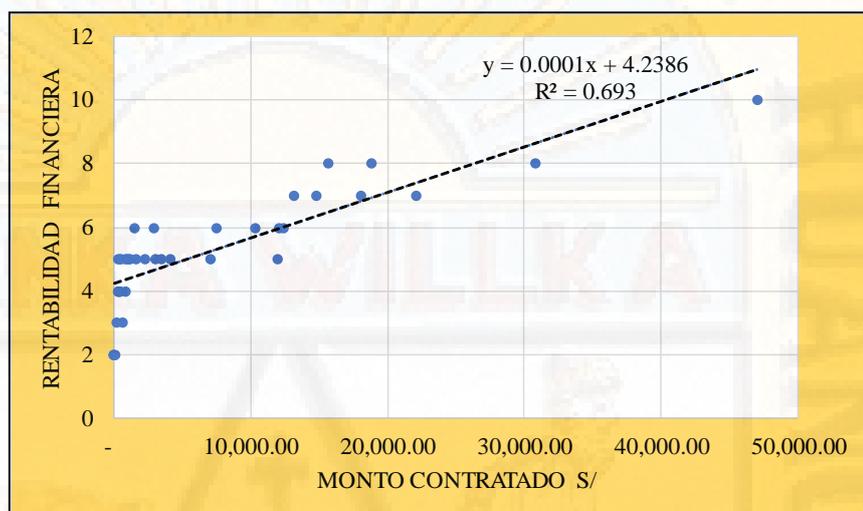
$$r = \frac{14,518.8531}{9,900.83697 \times 1.77535173}$$

$$r = 0.82599229 \approx 0.83$$

La intensidad de la correlación es alrededor del 0.83 positiva.

4.1.5. Resultados de Relación del Monto Contratado a Través de Catálogos Electrónicos y Rentabilidad Financiera de los Proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018

FIGURA 11 Gráfico 4.7 Diagrama de la relación del monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad financiera de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.



Fuente: Base de datos.

En el Gráfico 4.7 se expone la gráfica de los pares de valores de cada unidad de análisis, es decir, las puntuaciones del *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad financiera*, en donde se demuestra que los valores del *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad financiera* se relacionan positivamente. Por lo que previamente podemos afirmar que existe una relación positiva entre *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad financiera* en los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.

Para comprobar la potencia de la correlación entre las dos variables, usamos las puntuaciones originales obtenidos por el cuestionario, para lo cual usamos el coeficiente de relación “r” de Pearson.

$$r = \frac{Cov(x, y)}{S_x \times S_y}$$

Siendo:

Cov(x,y): Covarianza de las puntuaciones de las dos variables.

S_x: Desviación estándar de la variable *monto contratado a través de catálogos electrónicos*.

S_y: Desviación estándar de la variable *rentabilidad financiera*.

Aplicamos los datos a la fórmula:

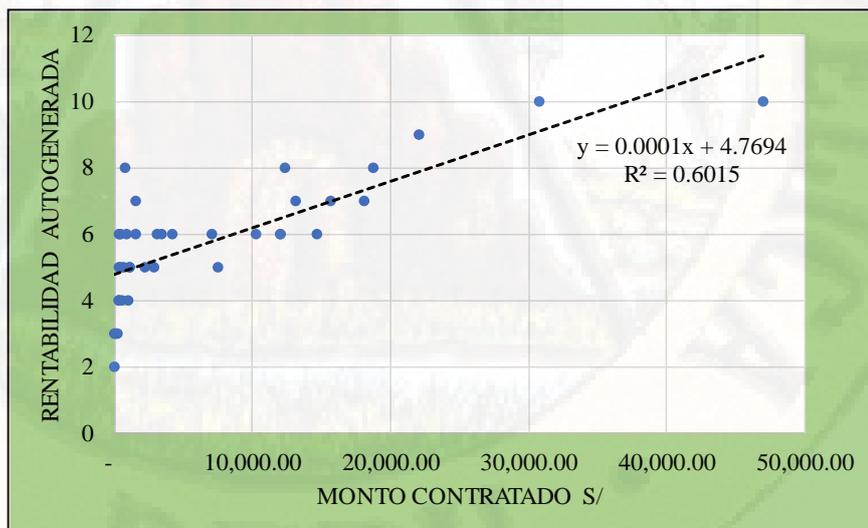
$$r = \frac{14,025.1333}{9,900.83697 \times 1.70160616}$$

$$r = 0.83248428 \approx 0.83$$

La intensidad de la correlación es alrededor del 0.83 positiva.

4.1.6. Resultados de Relación del Monto Contratado a Través de Catálogos Electrónicos y Rentabilidad Autogenerada de los Proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018

FIGURA 12 **Gráfico 4.8** Diagrama de la relación del monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad autogenerada de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.



Fuente: Base de datos.

En el Gráfico 4.8 se expone la gráfica de los pares de valores de cada unidad de análisis, es decir, las puntuaciones del *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad autogenerada*, en donde se demuestra que los valores del *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad autogenerada* se relacionan positivamente. Por lo que, previamente podemos afirmar que existe una relación positiva entre *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad autogenerada* en los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.

Para comprobar la potencia de la correlación entre las dos variables, usamos las puntuaciones originales obtenidos por el cuestionario, para lo cual usamos el coeficiente de relación “r” de Pearson.

$$r = \frac{Cov(x,y)}{S_x \times S_y}$$

Siendo:

Cov(x,y): Covarianza de las puntuaciones de las dos variables.

S_x:Desviación estándar de la variable *monto contratado a través de catálogos electrónicos*.

S_y: Desviación estándar de la variable *rentabilidad autogenerada*.

Aplicamos los datos a la fórmula:

$$r = \frac{13,771.085}{9,900.83697 \times 1.79340599}$$

$$r = 0.77556399 \approx 0.78$$

La intensidad de la correlación es alrededor del 0.78 positiva.

4.1.7. PRUEBA DE SIGNIFICANCIA DE LA HIPÓTESIS PRINCIPAL

Para la prueba de significancia estadística de la correlación, empleamos el diseño propuesto por Karl Pearson.

Para determinar si existe una relación lineal estadísticamente significativa entre el *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad empresarial* (prueba de hipótesis) utilizamos la Prueba t para el cociente de

correlación. La prueba t en razón porque desconocemos la desviación estándar de la población.

SISTEMA DE HIPÓTESIS

Hipótesis Nula (Ho)

No existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

$$\rho \leq 0$$

Siendo:

ρ : Correlación poblacional.

Hipótesis Alterna (Ha)

Existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

$$\rho > 0$$

Siendo:

ρ : Correlación poblacional.

NIVEL DE SIGNIFICANCIA (α) Y NIVEL DE CONFIANZA ($1 - \alpha$)

$$\alpha = 0.05 \quad 5\% \quad 1 - \alpha = 0.95$$

$$1 - \alpha = 0.95 \quad 95\%$$

ESTADÍSTICA DE PRUEBA

La variable aleatoria (x) sigue una distribución “t” con 37 grados de libertad:

$$t = r \times \sqrt{\frac{n - 2}{1 - r^2}}$$

El valor crítico o tabulado “Vt” de la prueba para 37 grados de libertad (unilateral) y 0.05 de significancia es de 1.6871, obtenido de la tabla correspondiente “Valores críticos de t”.

CÁLCULO DE LA ESTADÍSTICA

Reemplazando los valores en la fórmula correspondiente, el valor calculado “Vc” de la “t” es:

$$t = Vc = 0.86 \times \sqrt{\frac{39 - 2}{1 - 0.86^2}} = 10.25129717 \approx 10.25$$

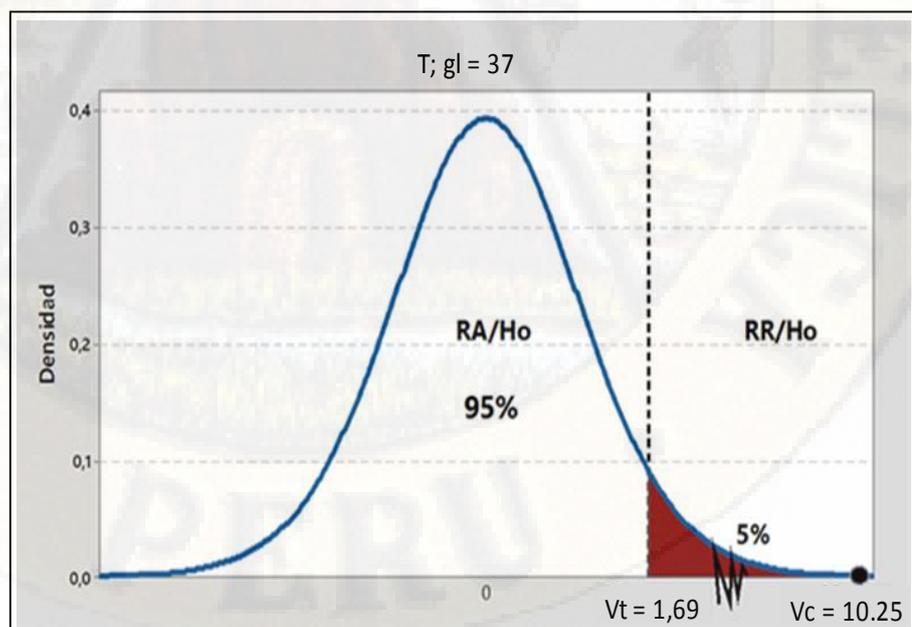
TOMA DE DECISIÓN

El valor calculado (Vc) y el valor crítico o tabulado (Vt) ubicamos en el diagrama de la función “t”, Gráfico 4.9.

A partir del diagrama de la prueba t, Gráfico 4.9, se observa que el valor calculado (Vc=10.25) se ubica o cae en la región de rechazo de la hipótesis nula (RR/Ho). Asimismo, se observa que $Vc > Vt$ ($10.25 > 1.69$), por lo que se ha encontrado evidencia empírica para rechazar la Hipótesis Nula y aceptar la hipótesis alterna que dice:

Existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

FIGURA 13 **Gráfico 4.9** Diagrama de la prueba t para la docimasia de la hipótesis



Fuente: Generado con el Software Estadístico

4.1.8. PRUEBA DE LA PRIMERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

Hipótesis Nula (H₀)

No existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad económica de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

□ □ □ □ 0

Siendo:

□ □: Correlación poblacional.

Hipótesis Alternativa (H_a)

Existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad económica de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

□ □ □ □ 0

Siendo:

□ □: Correlación poblacional.

NIVEL DE SIGNIFICANCIA (□ □) Y NIVEL DE CONFIANZA (□ □)

□ □ □ □ 0.05 □ □ 5% □ □ □ □ 1 □ □ □ □ □ □ □ 95%

La variable aleatoria (x) sigue una distribución “t” con 37 grados de libertad:

$$t = r \times \sqrt{\frac{n - 2}{1 - r^2}}$$

El valor crítico o tabulado “V_t” de la prueba para 37 grados de libertad (unilateral) y 0.05 de significancia es de 1.6871, obtenido de la tabla correspondiente “Valores críticos de t”.

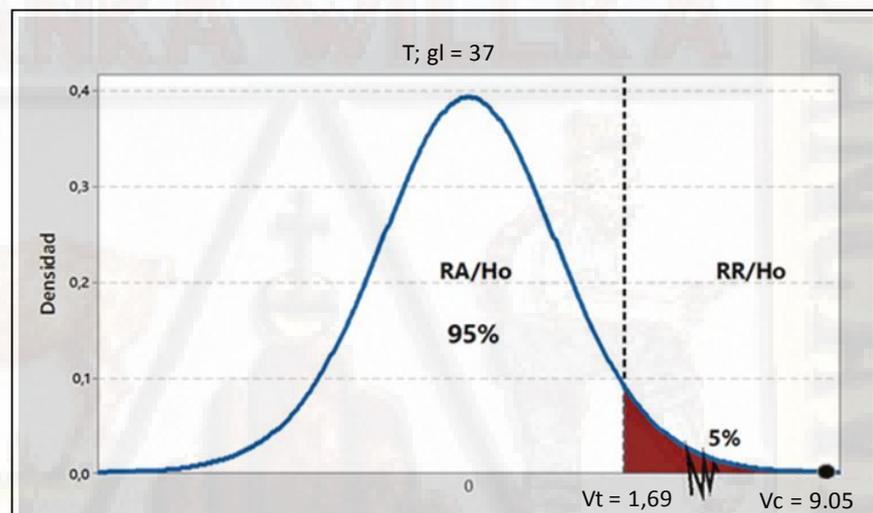
Reemplazando los valores en la fórmula correspondiente, el valor calculado “V_c” de la “t” es:

$$t = Vc = 0.83 \times \sqrt{\frac{39 - 2}{1 - 0.83^2}} = 9.051674929 \approx 9.05$$

En el diagrama de la prueba t, Gráfico 4.10, se observa que el valor calculado ($V_c=9.05$) se ubica o cae en la región de rechazo de la hipótesis nula (RR/Ho). Asimismo, se observa que $V_c > V_t$ ($9.05 > 1.69$), por lo que se ha encontrado evidencia empírica para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna que dice:

Existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad económica de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

FIGURA 14 **Gráfico 4.10** Diagrama de la prueba t para la docimasia de la hipótesis



Fuente: Generado con el Software Estadístico

4.1.9. PRUEBA DE LA SEGUNDA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

Hipótesis Nula (Ho)

No existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad financiera de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

□ □ □ □ 0

Siendo:

□ □: Correlación poblacional.

Hipótesis Alterna (Ha)

Existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad financiera de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

$\rho \neq 0$

Siendo:

ρ : Correlación poblacional.

NIVEL DE SIGNIFICANCIA (α) Y NIVEL DE CONFIANZA ($1 - \alpha$)

$\alpha = 0.05$ 5% $1 - \alpha = 0.95$ 95%

La variable aleatoria (x) sigue una distribución “t” con 37 grados de libertad:

$$t = r \times \sqrt{\frac{n - 2}{1 - r^2}}$$

El valor crítico o tabulado “Vt” de la prueba para 37 grados de libertad (unilateral) y 0.05 de significancia es de 1.6871, obtenido de la tabla correspondiente “Valores críticos de t”.

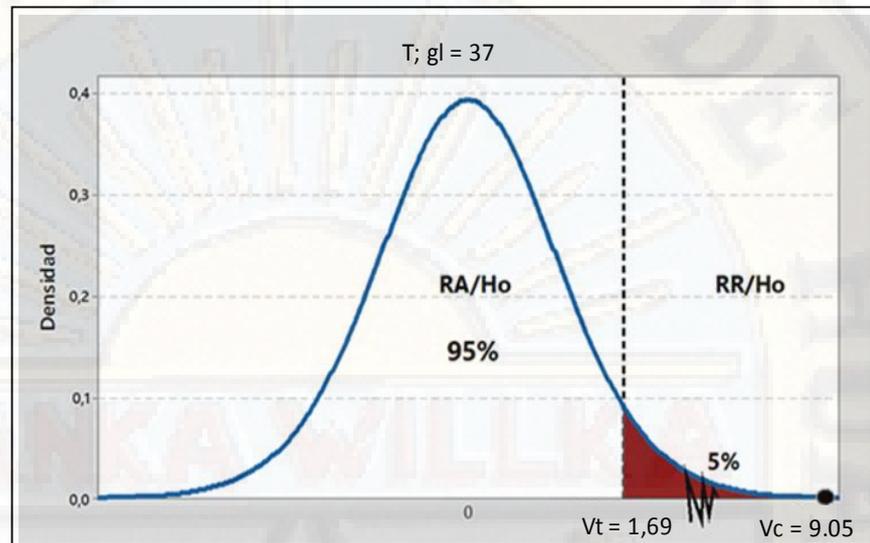
Reemplazando los valores en la fórmula correspondiente, el valor calculado “Vc” de la “t” es:

$$t = Vc = 0.83 \times \sqrt{\frac{39 - 2}{1 - 0.83^2}} = 9.051674929 \approx 9.05$$

En el diagrama de la prueba t, Gráfico 4.11, se observa que el valor calculado (Vc=9.05) se ubica o cae en la región de rechazo de la hipótesis nula (RR/Ho). Asimismo, se observa que Vc > Vt (9.05 > 1.69), por lo que se ha encontrado evidencia empírica para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna que dice:

Existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad financiera de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

FIGURA 15 **Gráfico 4.11** Diagrama de la prueba t para la docimasia de la hipótesis



Fuente: Generado con el Software Estadístico

4.1.10. PRUEBA DE LA TERCERA HIPÓTESIS ESPECÍFICA

Hipótesis Nula (Ho)

No existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad autogenerada de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

0

Siendo:

: Correlación poblacional.

Hipótesis Alternativa (Ha)

Existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad autogenerada de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

0

Siendo:

: Correlación poblacional.

NIVEL DE SIGNIFICANCIA (□□) Y NIVEL DE CONFIANZA (□□)

□□□□0.05 □□5% □ □□□□1□□□□□□□95%

La variable aleatoria (x) sigue una distribución “t” con 37 grados de libertad:

$$t = r \times \sqrt{\frac{n - 2}{1 - r^2}}$$

El valor crítico o tabulado “Vt” de la prueba para 37 grados de libertad (unilateral) y 0.05 de significancia es de 1.6871, obtenido de la tabla correspondiente “Valores críticos de t”.

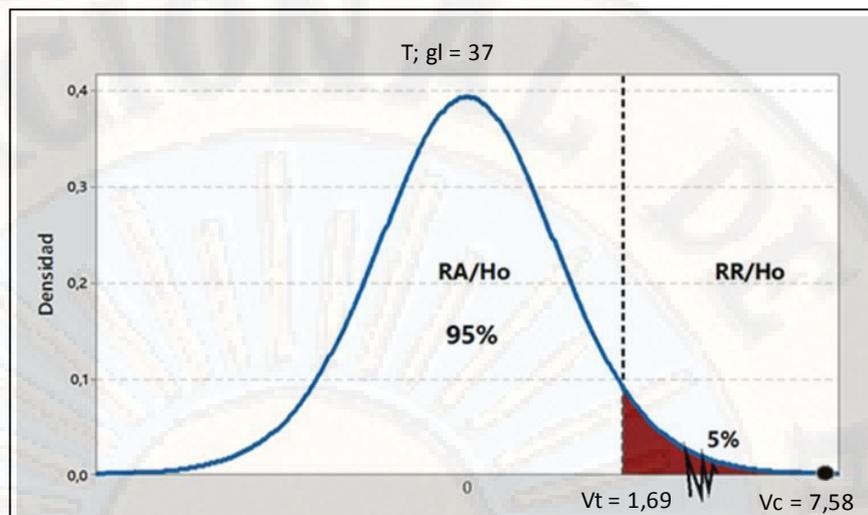
Reemplazando los valores en la fórmula correspondiente, el valor calculado “Vc” de la “t” es:

$$t = Vc = 0.78 \times \sqrt{\frac{39 - 2}{1 - 0.78^2}} = 7.581831409 \approx 7.58$$

En el diagrama de la prueba t, Gráfico 4.12, se observa que el valor calculado (Vc=7.58) se ubica o cae en la región de rechazo de la hipótesis nula (RR/Ho). Asimismo, se observa que Vc>Vt (7.58>1.69), por lo que se ha encontrado evidencia empírica para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alterna que dice:

Existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad autogenerada de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

FIGURA 16 Gráfico 4.12 Diagrama de la prueba t para la docimasia de la hipótesis



Fuente: Generado con el Software Estadístico

4.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De la investigación podemos evidenciar la presencia de una relación positiva entre el *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad empresarial* de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.

En cuanto a la validez de la relación general hallada para el *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad empresarial* de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018, es evidente que su validez es inherente por la presencia de las siguientes características:

- ✓ **Cantidad de datos.** El tamaño de su muestra ($n = 39$) es lo suficientemente necesario como para proveer una estimación muy precisa de la fuerza de la relación.
- ✓ **Datos atípicos.** Puesto que los datos poco comunes pueden tener una influencia fuerte en los resultados, en el diagrama de dispersión no se identifica la presencia de casos atípicos para la relación general y las relaciones específicas.
- ✓ **Normalidad.** Por el Teorema de Límite Central (TLC) los datos siguen una distribución normal en razón que la muestra es mayor a 30.
- ✓ **El modelo de predicción.** El informe de selección de modelo muestra un modelo idóneo y eficiente para realizar predicciones.

Se ha identificado la presencia de una relación positiva entre el *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad empresarial* de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018, la intensidad de la relación hallada es $r=0.86$ y la prueba de hipótesis resulta positiva significativa con lo cual se logra el objetivo general planteado en la investigación.

La intensidad de relación hallada el *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad económica* de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018 es 0.83 y la prueba de hipótesis resulta positiva significativa, de esta manera se logra el primer objetivo específico.

La intensidad de relación hallada entre el *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad financiera* de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018 es 0.83 y la prueba de hipótesis resulta positiva significativa, de esta manera se logra el segundo objetivo específico.

La intensidad de relación hallada entre el *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad autogenerada* de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018 es 0.78 y la prueba de hipótesis resulta positiva significativa, de esta manera se logra el tercer objetivo específico.

Esteo (1998) Medición contable de los factores determinantes de la rentabilidad empresarial: un modelo integrado para análisis externo. Tesis doctoral de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid, España, cuyo objetivo fue “El objetivo de este trabajo, una vez asumido que la medida de la rentabilidad contable es un objetivo de interés, consiste, en suma, en la preparación, a partir de una formulación de la rentabilidad financiera, de un modelo piramidal y, por tanto integrado, de ratios, que optimice la información contable externa publicada actualmente por las empresas españolas haciendo más transparentes las relaciones entre variables contables y obteniendo en el proceso diversas rentabilidades parciales. En el empeño se introducen reflexiones acerca de los

principales problemas que aparecen en la secuencia del análisis”, en donde arriba a la siguiente conclusión, entre otros:

El examen de las diferentes formulaciones de rentabilidad económica, agrupadas en lo que denominamos patrones, evidencia las disparidades encontradas en relación con la perspectiva instrumental de los ratios y que afectan a: a) nombre, b) componentes del numerador, c) componentes del denominador, y d) definición de dichos componentes.

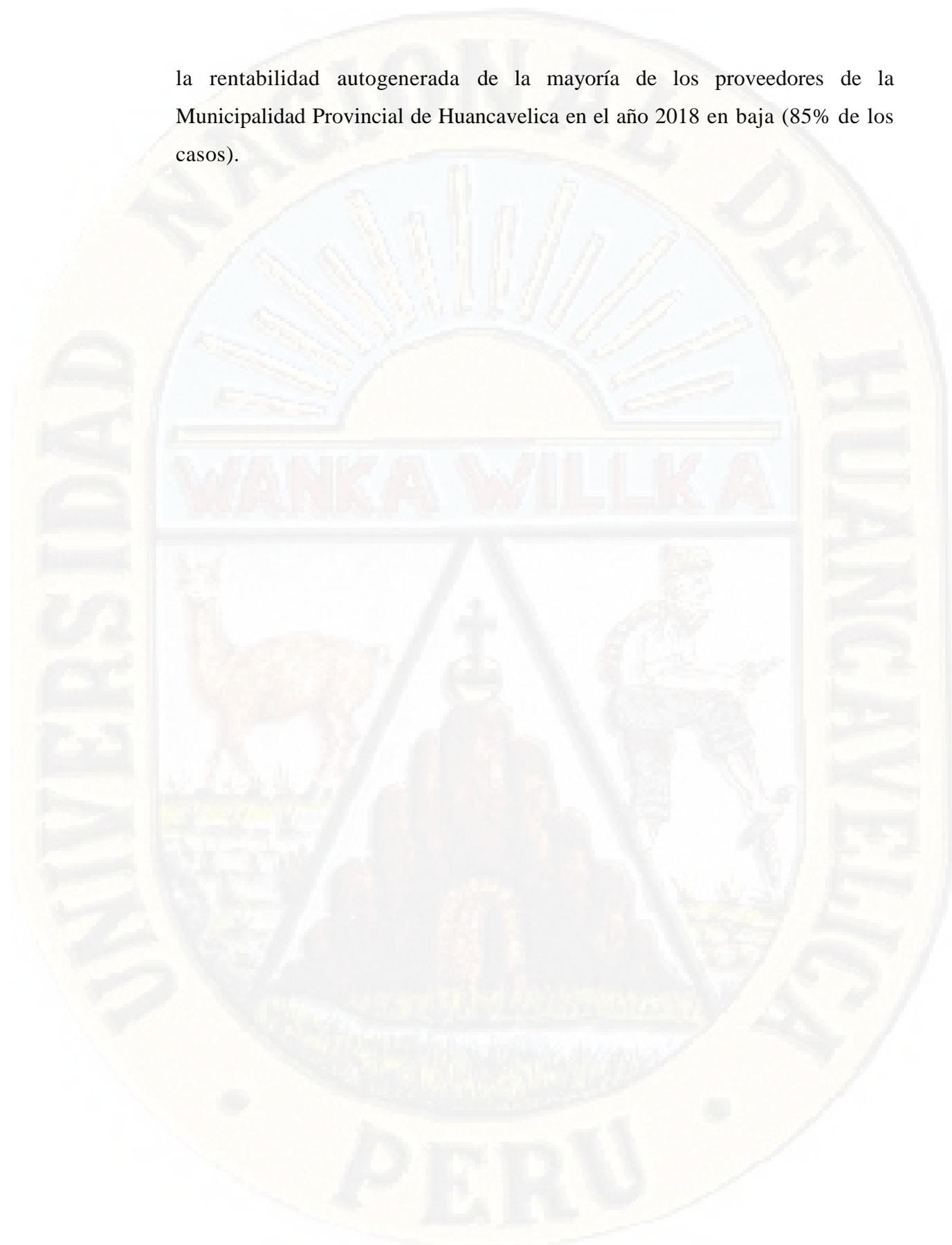
La rentabilidad financiera se define mayoritariamente como la remuneración atribuible a los fondos propios. Por lo que toca a su medida, y aunque se han expuesto varios patrones, en consonancia con lo anterior generalmente se establece comparando el beneficio neto total y los fondos propios medios comprometidos. Mayor dispersión existe a la hora de explicar formalmente los factores de los que depende la rentabilidad financiera. Muchos autores la relacionan funcionalmente con distintos multiplicadores, habiéndose encontrado diferentes alternativas. Otros establecen una relación funcional lineal, también con varias opciones.

Estas conclusiones son ratificadas con nuestros resultados, donde evidenciamos que el *monto contratado a través de catálogos electrónicos* se encuentra relacionada con *la rentabilidad empresarial (económica, financiera y autogenerada)* de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018.

CONCLUSIONES

- ✓ Se ha evidenciado que existe una relación positiva fuerte o significativa entre el *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad empresarial* de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018. La intensidad de la relación encontrada es de $r = 0.86$ por lo que dicha relación es directa o positiva y fuerte o significativa. Asimismo, se ha determinado que la rentabilidad empresarial de la mayoría de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018 en baja (85% de los casos).
- ✓ Se ha determinado que existe una relación positiva fuerte o significativa entre el *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad económica* de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018. La intensidad de la relación encontrada es de $r = 0.83$ por lo que dicha relación es directa o positiva y fuerte o significativa. Además, se ha determinado que la rentabilidad económica de la mayoría de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018 en baja (87% de los casos).
- ✓ Se concluye que existe una relación positiva fuerte o significativa entre el *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad financiera* de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018. La intensidad de la relación encontrada es de $r = 0.83$ por lo que dicha relación es directa o positiva y fuerte o significativa. También, se ha determinado que la rentabilidad financiera de la mayoría de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018 en baja (90% de los casos).
- ✓ Se ha evidenciado que existe una relación positiva significativa entre el *monto contratado a través de catálogos electrónicos* y la *rentabilidad autogenerada* de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018. La intensidad de la relación encontrada es de $r = 0.78$ por lo que dicha relación es directa o positiva y significativa. Al mismo tiempo, se ha determinado que

la rentabilidad autogenerada de la mayoría de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica en el año 2018 en baja (85% de los casos).



SUGERENCIAS

- 1.** A los administradores, de las empresas proveedoras de la Municipalidad Provincial de Huancavelica, que presten atención a sus ventas a través de catálogos electrónicos en razón que su rentabilidad empresarial se encuentra relacionada con las ventas por esta modalidad. Es decir, a mayores ventas a través de catálogos electrónicos es mayor su rentabilidad.
- 2.** A los empresarios, de las empresas proveedoras de la Municipalidad Provincial de Huancavelica, que eleven los niveles de inversión en sus activos, en razón que las inversiones (activos) actuales vienen generando baja rentabilidad económica y que sus ventas se encuentran relacionadas con la rentabilidad económica.
- 3.** Se recomienda a los dueños o socios, de las empresas proveedoras de la Municipalidad Provincial de Huancavelica, incrementar los niveles de patrimonio, en vista que los niveles de inversión actual vienen generando baja rentabilidad y que sus ventas se encuentran relacionadas con la rentabilidad financiera.
- 4.** A los responsables del área de finanzas, de las empresas proveedoras de la Municipalidad Provincial de Huancavelica, incrementar los niveles de ventas, en vista que los niveles de ventas actuales vienen generando baja rentabilidad y que sus ventas se encuentran relacionadas con la rentabilidad financiera.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, José Luis. (2014). *El Método de la Investigación*. Daena: International Journal of Good Conscience. 9(3)195-204. Diciembre 2014. ISSN 1870-557X. [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- ALVARADO, Karina. (2007). *El Convenio Marco de precios – Modalidad de selección del sistema de adquisición y contratación público peruano*. Revista Gestión Pública. Lima Perú.
- ANDRADE SALINAS, Cristina Alejandra. (2011). “**La producción y la rentabilidad de la empresa de construcciones y hormigones Ecohormigones Cía. Ltda. En el año 2010**”. Trabajo de graduación previo a la obtención de economista. Carrera de Economía, Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1451/1/TE0002.pdf>
- AZNARÁN GUTIÉRREZ, Johan Mario (2014). “**Determinantes de la rentabilidad empresarial en la industria de alimentos: caso de la Empresa Gloria S.A. (2000 – 2010)**” Trabajo monográfico para optar el título profesional de: ingeniero en gestión empresarial en la Facultad de Economía y Planificación de la Universidad Nacional Agraria La Molina. <http://repositorio.lamolina.edu.pe/bitstream/handle/UNALM/2313/E21-A9-T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- BEHAR RIVERO, Daniel Salomón. (2008). *Metodología de la investigación*. Editorial Shalom 2008. <http://www.rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/Libro%20metodologia%20investigacion%20este.pdf>
- CALVA GONZÁLES, Juan José. (2009). *Satisfacción de usuarios: la investigación sobre las necesidades de información*. Cuaderno de investigación. Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas de la Universidad nacional Autónoma de México.
- CAPPELLETTI (2013). **Construyendo catálogos electrónicos para el Estado**. Revista institucional AL DÍA. OSCE

- CENTRAL DE COMPRAS PÚBLICAS – PERÚ COMPRAS (2018). *Estudio de satisfacción del método especial de contratación de acuerdos marco*. Av. República de Panamá N° 3629 - San Isidro, Perú. perucompras.gob.pe
- ESTEO SÁNCHEZ, Francisco (1998). **Medición contable de los factores determinantes de la rentabilidad empresarial: un modelo integrado para análisis externo**. Tesis doctoral de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid, España. <http://webs.ucm.es/BUCM/tesis//19972000/S/2/S2023001.pdf>
- GALDAMES PAREDES, Fernando Javier. (2015). *Análisis econométrico del abastecimiento de medicamentos en el mercado público vía licitaciones, convenios marco y CENABAST*. Tesis para optar el grado de magíster en gestión de operaciones en el mercado público. Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas, Departamento de Ingeniería Industrial. Santiago de Chile. <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/134123/Analisis-econometrico-del-abastecimiento-de-medicamentos-en-el-mercado.pdf>.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto (2004): *“Metodología de la Investigación”* 3ra Edición, México.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos & BAPTISTA LUCIO, María del Pilar. (2010). *Metodología de la investigación*. Quinta edición. MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. México.
- LIZCANO ÁLVAREZ, Jesús (2004). **Rentabilidad empresarial. Propuesta práctica de análisis y evaluación**. Revista Cámaras. Cámaras de Comercio. Servicios de Estudios. España. https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/rentab_emp.pdf
- LOPERA ECHAVARRÍA, Juan Diego; RAMIREZ GÓMEZ, Carlos Arturo; ZULUAGA ARISTIZÁBAL, Marda Ucaris & ORTIZ VANEGAS, Jennifer. (2010). *El método analítico como método natural*, Universidad de Antioquia, Medellín-Colombia. Nómada, Revista crítica de Ciencias Sociales y jurídicas. | 25 (2010.1) <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/nomadas/25/juandiegolopera.pdf>

- MAYHUA y RAMOS (2016). *Compras de útiles de escritorio por convenio marco y satisfacción de las áreas usuarias de la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones Huancavelica - periodo 2015*, tesis para optar el título profesional de contador público en la Universidad Nacional de Huancavelica
- MEDINA VILLAFUERTE, Gustavo Alonso y MEZARINA MURIEL, Jimena. (2013). *Compras electrónicas: el convenio marco de útiles de escritorio como herramienta para el funcionario público en el periodo 2010 – 2012*. Tesis presentada para obtener el Título Profesional de Licenciado en Gestión Pública, Facultad de Gestión y Alta Dirección, Pontificia Universidad La Católica. Lima Perú.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS (MEF) (2011) *Tercer Informe: Intervención Pública Evaluada: Organismo Supervisor De Contrataciones del Estado – OSCE*. Panelistas Nelson Shack y otros. Lima – Perú.
- MYTRIPLEA (s/f). **Rentabilidad empresarial**.
<https://www.mytriplea.com/diccionario-financiero/rentabilidad-empresarial/>
- ÑAHUI NIQUEN, José Luis. (2015). *Modelo de Gestión de Abastecimiento en el Sector Público Peruano*. Tesis para obtener el título profesional de Ingeniero Industrial. Universidad Nacional de San Marcos, Facultad de Ingeniería Industrial, E.A.P. de Ingeniería Industrial. Lima – Perú.
- ORGANISMO SUPERVISOR DE LAS CONTRATACIONES DEL ESTADO – OSCE. (2015). *Reporte anual de operaciones 2014 – Catálogo electrónico de útiles de escritorio*. Convenio Marco. Lima – Perú.
- ORGANISMO SUPERVISOR DE LAS CONTRATACIONES DEL ESTADO – OSCE. (2014). *Reporte anual de operaciones 2013 – Catálogo electrónico de útiles de escritorio*. Convenio Marco. Lima – Perú.
- PALOMINO MONTEAGUDO, César. (2010). *Diseño de un Sistema Electrónico para soportar las Adquisiciones y Contrataciones Públicas*. Tesis de la Universidad Nacional Agraria La Molina. Lima –Perú.
http://www.lamolina.edu.pe/gaceta/avances_cientificos/edicion2010/notas/nota004.htm
- PRÍNCIPE COTILLO, Guillermo. (2016). *La investigación científica. Teoría y metodología*. Primera edición. Universidad César Vallejo. Lima Perú.

RÍOS SÁNCHEZ, Kelly (2014). **Gestión de procesos y rentabilidad en las empresas de courier en Lima Metropolitana, 2012-2013**. Tesis para optar el título profesional de contador público en la Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras de la Universidad de San Martín de Porres, Perú. http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1116/1/rios_sk.pdf

RODRÍGUEZ LEÓN, Gabriela Alexandra & ALBERCA LUDEÑA, Jenny Emilia (2012). **Incremento de rentabilidad en la empresa “el carrete”**. Tesis previa a la obtención del título de ingenieras en finanzas. Carrera de Finanzas de la Escuela de Estadística y Finanzas, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Central del Ecuador. www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/825/1/T-UCE-0005-140.pdf

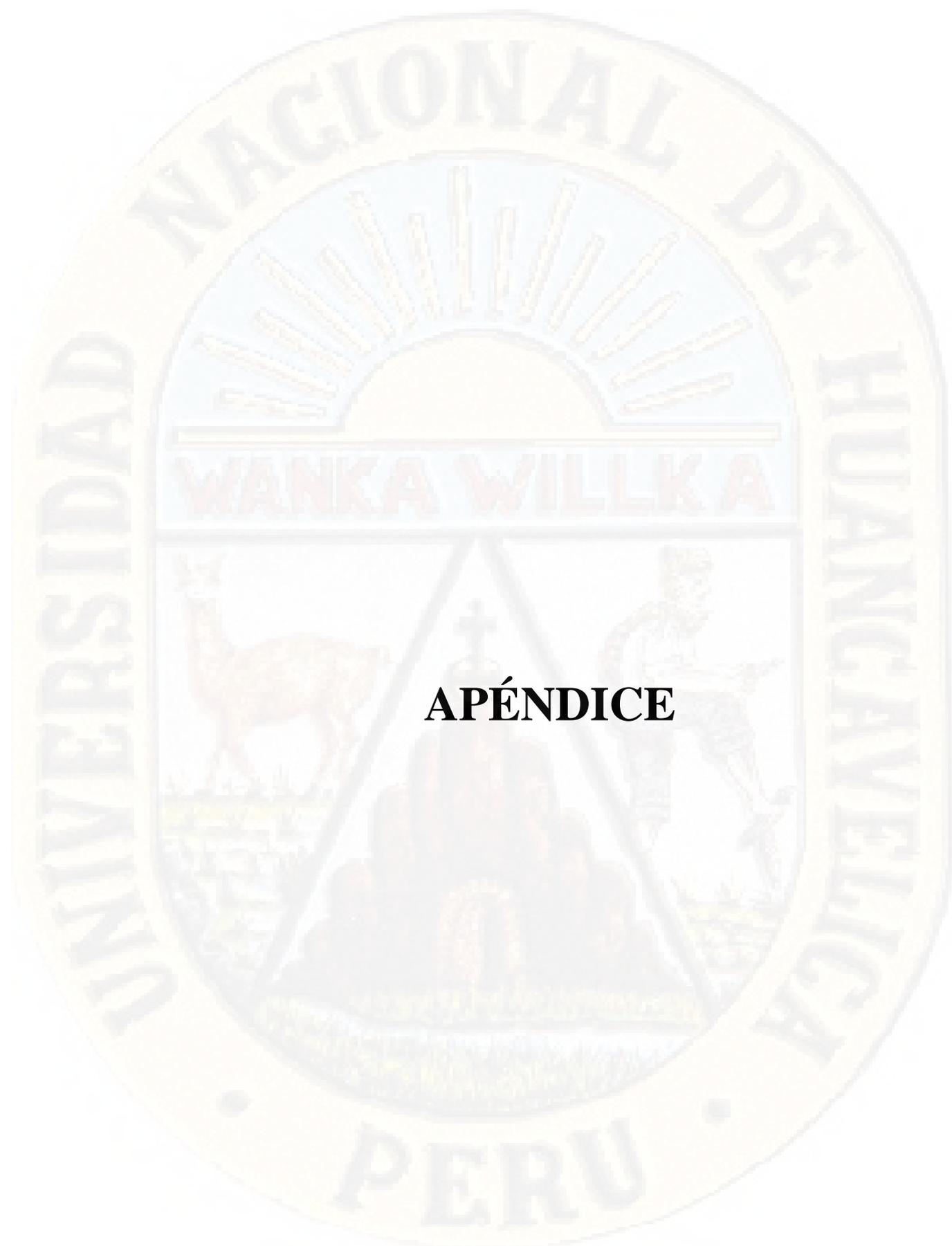
SÁNCHEZ BALLESTA, Juan Pedro (2002): **Análisis de Rentabilidad de la empresa**, [en línea] 5campus.com, Análisis contable. <http://www.5campus.com/leccion/anarenta>.

SÁNCHEZ MAESTRE, LUIS MANUEL (2017). **Rentabilidad empresarial: Análisis**. Aseduco, Asesoría y educación. <http://aseduco.com/blog1/2017/04/03/rentabilidad-empresarial-analisis/>

SOLANO GARCÍA, Jeannette. (2014). **Evaluación ex post de la aplicación de los convenios marco implementados en el sector público como parte del Programa Estratégico para Modernización de las Compras Públicas**. Tesis para optar el grado de Magíster Scientiae en Gerencia de Proyectos de Desarrollo del Instituto Centroamericano de Administración Pública – ICAP, Programa de Maestría Nacional en Gerencia de Proyectos de Desarrollo. San José de Costa Rica.

TAMAYO Y TAMAYO, Mario. (1994). **El proceso de la investigación científica**. 3ª edición. Editorial Limusa S.A. Balderas, México.

VALLES HERRERA, Ángel. (2013). **Ventajas y conveniencia del convenio marco**. Diapositivas, División Convenios Marco de la Dirección ChileCompra del Ministerio de Hacienda del Ministerio de Hacienda. Gobierno de Chile.



APÉNDICE

APÉNDICE N° 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

“MONTO CONTRATADO A TRAVÉS DE CATÁLOGOS ELECTRÓNICOS Y LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL DE LOS PROVEEDORES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANCAMELICA- 2018

“PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES			METODOLOGÍA
			VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	
<p>Problema general ¿Qué relación existe entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018?</p> <p>Problemas específicos 1. ¿Qué relación existe entre el monto contratado a</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018</p> <p>Objetivos específicos 1. Determinar la relación</p>	<p>Hipótesis General Existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.</p> <p>Hipótesis específicas 1. Existe una relación</p>	<p>Variable 1: MONTO CONTRATADO A TRAVÉS DE CATÁLOGOS ELECTRÓNICOS</p> <p>Variable 2: RENTABILIDAD EMPRESARIAL</p>	<p>(No aplica)</p> <p>Rentabilidad económica (ROA)</p>	<p>Monto contratado a través del catálogo electrónico de Acuerdos Marco</p> <p>Rentabilidad obtenida por los activos de la empresa</p>	<p>TIPO: Aplicada. NIVEL: Correlacional. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: Descriptivo - correlacional POBLACIÓN Y MUESTRA. Población: Los 39 proveedores de la Municipalidad</p>

<p>través de catálogos electrónicos y la rentabilidad económica de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018?</p>	<p>entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad económica de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.</p>	<p>significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad económica de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.</p>		<p>Rentabilidad financiera (ROE)</p>	<p>Rentabilidad obtenida por los capitales propios de la empresa</p>	<p>Provincial de Huancavelica Muestra: Muestra censal. TÉCNICAS O INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS.</p>
<p>2. ¿Qué relación existe entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad financiera de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018?</p>	<p>2. Determinar la relación entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad financiera de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.</p>	<p>2. Existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad financiera de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.</p>		<p>Rentabilidad autogenerada</p>	<p>Capacidad de generación de recursos financieros internos por parte de la empresa</p>	<p>Observación y encuesta. Ficha de observación y el cuestionario. TÉCNICAS ESTADÍSTICAS DE ANALISIS DE DATOS.</p>
<p>3. ¿Qué relación existe entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad autogenerada de los proveedores de la</p>	<p>3. Determinar la relación entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad</p>	<p>3. Existe una relación significativa positiva entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad autogenerada de</p>				<p>Las Medidas de Tendencia Central, medidas de dispersión y sus gráficos de histogramas. La “r” de Pearson.</p>

Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018?.	autogenerada de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018	los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018.				
---	---	--	--	--	--	--

APÉNDICE N° 02: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

**“MONTO CONTRATADO A TRAVÉS DE CATÁLOGOS ELECTRÓNICOS Y LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL DE LOS
PROVEEDORES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANCAMELICA- 2018”**

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS
VARIABLE 1: MONTO CONTRATADO A TRAVÉS DE CATÁLOGOS ELECTRÓNICO S	Monto contratado por los proveedores a través de los catálogos electrónicos por la modalidad de acuerdo marco	<i>(No aplica)</i>	Monto contratado a través del catálogo electrónico de Acuerdos Marco	<i>(No aplica)</i>
VARIABLE 2: RENTABILIDAD EMPRESARIAL	Capacidad que tiene una empresa para poder generar los beneficios suficientes, en relación con sus ventas, activos o	Rentabilidad económica (ROA)	Rentabilidad obtenida por los activos de la empresa	Considerando su utilidad después de impuestos ¿ésta utilidad qué porcentaje representa en relación a sus activos?
				<hr/> < 0% a 0% (0) 21% a 30% (6) 01% a 05% (1) 31% a 40% (8) 06% a 10% (2) 41% a 50% (10) 11% a 15% (3) 51% a 75% (15) 16% a 20% (4) 76% a 100% (20)

<p>recursos propios, para ser considerada rentable. Es decir, que la diferencia entre sus ingresos y sus gastos es suficiente como para mantenerse en el tiempo de manera sostenible y seguir creciendo</p>	<p>Rentabilidad financiera (ROE)</p>	<p>Rentabilidad obtenida por los capitales propios de la empresa</p>	<p>Considerando su utilidad después de impuestos ¿ésta utilidad qué porcentaje representa en relación a su capital?</p>	
			< 0% a 0% (0)	21% a 30% (6)
			01% a 05% (1)	31% a 40% (8)
			06% a 10% (2)	41% a 50% (10)
			11% a 15% (3)	51% a 75% (15)
			16% a 20% (4)	76% a 100% (20)
<p>Rentabilidad autogenerada</p>	<p>Capacidad de generación de recursos financieros internos por parte de la empresa</p>	<p>Considerando su utilidad antes de impuestos ¿ésta utilidad qué porcentaje representa en relación a su ventas netas?</p>		
		< 0% a 0% (0)	21% a 30% (6)	
		01% a 05% (1)	31% a 40% (8)	
		06% a 10% (2)	41% a 50% (10)	
		11% a 15% (3)	51% a 75% (15)	
		16% a 20% (4)	76% a 100% (20)	



UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAVELICA

(Creada por Ley N° 25265)

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

“MONTO CONTRATADO A TRAVÉS DE CATÁLOGOS ELECTRÓNICOS Y LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL DE LOS PROVEEDORES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANCAMELICA- 2018”

APÉNDICE N° 03: CUESTIONARIO

Estimado (a) empresario (a), estamos realizando una investigación científica, cuyo objetivo es determinar la relación entre el monto contratado a través de catálogos electrónicos y la rentabilidad empresarial de los proveedores de la Municipalidad Provincial de Huancavelica – 2018, por lo que recurrimos a su persona a fin de conocer su opinión referente a éstas variables. Garantizamos la confidencialidad de sus respuestas y serán utilizadas sólo con fines de académicos.

INSTRUCCIÓN: Para el desarrollo de la presente encuesta marque con una “X” la opción que crea conveniente o se adapte mejor a su organización. No existen respuestas buenas ni malas. Todas las respuestas son válidas.

VARIABLE: RENTABILIDAD EMPRESARIAL

1. Considerando su utilidad después de impuestos ¿ésta utilidad qué porcentaje representa en relación a sus activos?	<input type="checkbox"/> • < 0% a 0% (0)
	<input type="checkbox"/> • 01% a 05% (1)
	<input type="checkbox"/> • 06% a 10% (2)
	<input type="checkbox"/> • 11% a 15% (3)
	<input type="checkbox"/> • 16% a 20% (4)
	<input type="checkbox"/> • 21% a 30% (6)

	<input type="checkbox"/> <ul style="list-style-type: none"> • 31% a 40% (8) <input type="checkbox"/> <ul style="list-style-type: none"> • 41% a 50% (10) <input type="checkbox"/> <ul style="list-style-type: none"> • 51% a 75% (15) <input type="checkbox"/> <ul style="list-style-type: none"> • 76% a 100% (20) <input type="checkbox"/>
<p>2. Considerando su utilidad después de impuestos ¿ésta utilidad qué porcentaje representa en relación a su capital??</p>	<ul style="list-style-type: none"> • < 0% a 0% (0) <input type="checkbox"/> <ul style="list-style-type: none"> • 01% a 05% (1) <input type="checkbox"/> <ul style="list-style-type: none"> • 06% a 10% (2) <input type="checkbox"/> <ul style="list-style-type: none"> • 11% a 15% (3) <input type="checkbox"/> <ul style="list-style-type: none"> • 16% a 20% (4) <input type="checkbox"/> <ul style="list-style-type: none"> • 21% a 30% (6) <input type="checkbox"/> <ul style="list-style-type: none"> • 31% a 40% (8) <input type="checkbox"/> <ul style="list-style-type: none"> • 41% a 50% (10) <input type="checkbox"/> <ul style="list-style-type: none"> • 51% a 75% (15)

	<input type="checkbox"/> • 76% a 100% (20)
<p>3. Considerando su utilidad antes de impuestos ¿ésta utilidad qué porcentaje representa en relación a su ventas netas?</p>	<input type="checkbox"/> • < 0% a 0% (0) <input type="checkbox"/> • 01% a 05% (1) <input type="checkbox"/> • 06% a 10% (2) <input type="checkbox"/> • 11% a 15% (3) <input type="checkbox"/> • 16% a 20% (4) <input type="checkbox"/> • 21% a 30% (6) <input type="checkbox"/> • 31% a 40% (8) <input type="checkbox"/> • 41% a 50% (10) <input type="checkbox"/> • 51% a 75% (15) <input type="checkbox"/> • 76% a 100% (20) <input type="checkbox"/>

¡SE LE AGRADECE SU COLABORACIÓN!

APÉNDICE N° 04: BASE DE DATOS

UNIDAD DE ANÁLISIS	PROVEEDOR	MONTO CONTRATADO S/	RENTABILIDAD EMPRESARIAL							
			RENTABILIDAD ECONÓMICA		RENTABILIDAD FINANCIERA		RENTABILIDAD AUTOGENERADA		RENTABILIDAD EMPRESARIAL	
			PUNTAJE	NIVEL	PUNTAJE	NIVEL	PUNTAJE	NIVEL	PUNTAJE	NIVEL
1	J & A DISEGE S.R.L	47,033.81	10	Rentabilidad media	10	Rentabilidad media	10	Rentabilidad media	30	Rentabilidad media
2	SERVICIOS GENERALES WORLD SERVIS S.A.C.	30,862.47	8	Rentabilidad media	8	Rentabilidad media	10	Rentabilidad media	26	Rentabilidad media
3	INVERSIONES PERU E & C S.R.L.	22,152.67	8	Rentabilidad media	7	Baja rentabilidad	9	Rentabilidad media	24	Rentabilidad media
4	VILCHEZ GUTARRA LUIS ALBERTO	18,830.92	7	Baja rentabilidad	8	Rentabilidad media	8	Rentabilidad media	23	Rentabilidad media
5	CENCIA CRISPIN ARMANDO	18,121.97	8	Rentabilidad media	7	Baja rentabilidad	7	Baja rentabilidad	22	Rentabilidad media
6	QBA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA - QBA S.A.C.	15,709.90	8	Rentabilidad media	8	Rentabilidad media	7	Baja rentabilidad	23	Rentabilidad media
7	UNIVERSO EMPRESARIAL S.A.C.	14,757.13	7	Baja rentabilidad	7	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	20	Baja rentabilidad
8	ATLANTA TECHNOLOGIES CENTER EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD	13,173.76	7	Baja rentabilidad	7	Baja rentabilidad	7	Baja rentabilidad	21	Baja rentabilidad
9	INVERSIONES EN OBRA PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	12,441.72	6	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	8	Rentabilidad media	20	Baja rentabilidad
10	GRUPO SEGURO PC S.A.C.	12,038.83	6	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	18	Baja rentabilidad
11	LA CASA DEL SUMINISTRO S.C.R.L.	12,029.32	6	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	17	Baja rentabilidad
12	LIBRERIA BAZAR SANTA MARIA EIRL	10,312.67	5	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	17	Baja rentabilidad
13	CONDORI MOLLEHUARA JAIME	7,526.75	6	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	17	Baja rentabilidad
14	TIENDAS DE COMPUTO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LI	7,063.42	5	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	16	Baja rentabilidad
15	CORPORACION LUZMAR S.A.C.	4,172.39	5	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	16	Baja rentabilidad
16	CORPORATIVO ALDEBARANWARE S.R.L.	3,450.34	4	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	15	Baja rentabilidad
17	GIRALDEZ BENDEZU EFRAIN	3,095.75	5	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	16	Baja rentabilidad
18	STARLING GRUOP S.A.C	2,934.22	6	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	17	Baja rentabilidad
19	PERU DATA CONSULT E.I.R.L.	2,284.51	5	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	15	Baja rentabilidad

UNIDAD DE ANÁLISIS	PROVEEDOR	MONTO CONTRATADO S/	RENTABILIDAD EMPRESARIAL							
			RENTABILIDAD ECONÓMICA		RENTABILIDAD FINANCIERA		RENTABILIDAD AUTOGENERADA		RENTABILIDAD EMPRESARIAL	
			PUNTAJE	NIVEL	PUNTAJE	NIVEL	PUNTAJE	NIVEL	PUNTAJE	NIVEL
20	INNOVA YEAM S.A.C.	1,587.63	5	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	7	Baja rentabilidad	17	Baja rentabilidad
21	FINTECH S.A.C.	1,537.74	5	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	17	Baja rentabilidad
22	INVERSIONES NAHOMY E.I.R.L.	1,137.26	6	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	16	Baja rentabilidad
23	GRUPALNET PERU S.A.C.	1,132.33	6	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	16	Baja rentabilidad
24	NORMAN L&V INGENIEROS E.I.R.L.	974.21	4	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	4	Baja rentabilidad	13	Baja rentabilidad
25	INVERSIONES GENERALES JAKIDIAN S.A.C.	893.19	4	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	15	Baja rentabilidad
26	AMEXUD SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	828.71	4	Baja rentabilidad	4	Baja rentabilidad	8	Rentabilidad media	16	Baja rentabilidad
27	MADEE SOLUCION TOTAL E.I.R.L.	689.71	4	Baja rentabilidad	3	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	12	Baja rentabilidad
28	BIACOM E.I.R.L.	591.82	5	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	4	Baja rentabilidad	14	Baja rentabilidad
29	BIO CELTROM E.I.R.L.	430.11	4	Baja rentabilidad	4	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	13	Baja rentabilidad
30	CORPORACION ASTOR S.A.C.	420.19	4	Baja rentabilidad	4	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	14	Baja rentabilidad
31	SILICON .PE S.A.C.	397.49	5	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	4	Baja rentabilidad	14	Baja rentabilidad
32	CONSORCIO JOSTOCONT & ASOCIADOS SOCIEDAD ANONIMA CERRAD	375.15	6	Baja rentabilidad	4	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad	16	Baja rentabilidad
33	MENDEZ HUAMAN JUSTINA	350.20	4	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	4	Baja rentabilidad	13	Baja rentabilidad
34	CORPORACION ANGELES E & T S.A.C.	344.56	3	Baja rentabilidad	4	Baja rentabilidad	5	Baja rentabilidad	12	Baja rentabilidad
35	CONDORI ESPINOZA ANGELICA	310.10	3	Baja rentabilidad	4	Baja rentabilidad	4	Baja rentabilidad	11	Baja rentabilidad
36	RICSE MALLQUI NAHOMY ALEJANDRA	245.44	4	Baja rentabilidad	3	Baja rentabilidad	3	Baja rentabilidad	10	Baja rentabilidad
37	MALDONADO ARANGO DELIA DORIS	149.48	2	Baja rentabilidad	2	Baja rentabilidad	3	Baja rentabilidad	7	Baja rentabilidad
38	INGA PEÑA JACKELINE	34.88	2	Baja rentabilidad	2	Baja rentabilidad	2	Baja rentabilidad	6	Baja rentabilidad
39	DE LA CRUZ ESTEBAN EDNITA ADELEN	19.89	2	Baja rentabilidad	2	Baja rentabilidad	3	Baja rentabilidad	7	Baja rentabilidad



UNICHECK

Certificado de Originalidad

Por medio de este documento de Originalidad el área de Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Huancavelica, certifica y da fe que el trabajo de investigación titulado: **"MONTO CONTRATADO A TRAVÉS DE CATÁLOGOS ELECTRÓNICOS Y LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL DE LOS PROVEEDORES DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANCAMELICA - 2018"** presentado por los autores: **HUAMAN CAYLLAHUA, Saúl Antonio y HUAMAN PALOMINO, Diego Javier** cuyo docente asesor es: **Mg. RAMOS SERRANO, Rúsbel Freddy** Con la finalidad de obtener el Título Profesional de **CONTADOR PÚBLICO** el Repositorio Institucional hace saber que **es una obra original** y no ha sido presentado ni publicado en otras revistas científicas nacionales e internacionales ni en sitio o portal electrónico.

Por tanto, basándonos en el cumplimiento del Art.7 inciso b) del Reglamento del Software Anti plagio de la UNH y su Directiva, el área de Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Huancavelica dictamina que este trabajo de investigación fue analizado por el software anti plagio UNICHECK y al estar dentro de los parámetros establecidos, esta investigación es **aceptado como original**.

ORIGINALIDAD	SIMILITUD
93.55 %	6.45 %

ADJUNTO:

- ✓ Captura de pantalla de la revisión del trabajo de investigación en el software anti plagio - UNICHECK.

El presente Certificado se expide el 02 de julio del año 2020.

