

PAPER NAME

**Proyecto de Tesis Final Anaya Bojorquez y Cardoza Condori.docx**

AUTHOR

**GRISELL PAOLA ANAYA BOJORQUEZ**

WORD COUNT

**19635 Words**

CHARACTER COUNT

**104742 Characters**

PAGE COUNT

**139 Pages**

FILE SIZE

**2.3MB**

SUBMISSION DATE

**Dec 13, 2023 11:00 PM GMT-5**

REPORT DATE

**Dec 13, 2023 11:16 PM GMT-5**

### ● 20% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 18% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 9% Submitted Works database

### ● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 10 words)
- Manually excluded text blocks



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**“LA INFLACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA SITUACIÓN  
FINANCIERA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE VENTA DE  
ARTÍCULOS DE OFICINA EN LIMA METROPOLITANA 2021-2022”**

**PARA OPTAR**

**EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO**

**PRESENTADO POR:**

**ANAYA BOJÓRQUEZ GRISELL PAOLA  
CARDOZA CONDORI MARJORIE FIORELLA**

**ASESOR**

**DR. VIRGILIO WILFREDO RODAS SERRANO**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**INFORMACIÓN FINANCIERA Y TOMA DE DECISIONES**

**LIMA – PERÚ**

**2023**

**“LA INFLACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA SITUACIÓN  
FINANCIERA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE VENTA DE  
ARTÍCULOS DE OFICINA EN LIMA METROPOLITANA 2021-2022”.**

**ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO**

**ASESOR:**

.....

**MIEMBROS DEL JURADO:**

**PRESIDENTE:**

.....

**SECRETARIO:**

.....

**MIEMBRO DE JURADO:**

.....

**MIEMBRO DEL JURADO:**

.....

## **Dedicatoria**

A Dios, por su gran amor incondicional, a nuestros padres, por ser el motor en nuestras vidas y el apoyo incondicional, siendo su fortaleza nuestra inspiración.

## **Agradecimiento**

Agradecemos<sup>1</sup> a Dios y a nuestros padres por darnos su apoyo en nuestro camino profesional y darnos la oportunidad de estudiar y para nuestros profesores que nos dieron su apoyo y respaldo todos estos años, así como sus conocimientos.

## ÍNDICE

<b>Portada</b>	<b>i</b>
<b>Título</b>	<b>ii</b>
<b>Asesor y Miembros del Jurado</b>	<b>iii</b>
<b>Dedicatoria</b>	<b>iv</b>
<b>Agradecimiento</b>	<b>v</b>
<b>Índice</b>	<b>vi</b>
<b>Índice de Tablas</b>	<b>x</b>
<b>Índice de Figuras</b>	<b>xii</b>
<b>Resumen</b>	<b>xiv</b>
<b>Abstract</b>	<b>xv</b>
<b>Introducción</b>	<b>xvi</b>

<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>1</b>
1.1. Descripción de la realidad problemática .....	1
1.2. Formulación del Problema .....	7
1.2.1. Problema general .....	7
1.2.2. Problemas específicos .....	7
1.3 Objetivos de la Investigación .....	7
1.3.1. Objetivo General .....	7
1.3.2. Objetivos Específicos .....	7
1.4 Justificación de la Investigación.....	8
1.4.1. Importancia.....	8
1.4.2. Viabilidad de la investigación .....	9

1.5 Limitaciones.....	9
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....	10
1 2.1 Antecedentes de la Investigación .....	10
2.1.1. Antecedentes Nacionales.....	10
2.1.2. Antecedentes Internacionales .....	14
2.2 Bases Teóricas .....	18
2.2.1. Inflación.....	18
2.2.2. Situación Financiera.....	25
2.3 Definiciones de Términos Técnicos .....	35
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	39
3.1 Hipótesis General .....	39
3.2 Hipótesis Específicas.....	39
3.3 Operacionalización de Variables .....	40
3.3.1. Variable independiente.....	40
3.3.2. Variable dependiente .....	41
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA.....	42
4.1 Diseño Metodológico .....	42
4.1.1. Tipo de Investigación .....	42
4.1.2. Nivel de Investigación .....	42
4.1.3. Método de Investigación .....	43
4.1.4. Diseño de Investigación .....	43
4.1.5. Enfoque de Investigación .....	43
4.2 Población y Muestra .....	44
4.2.1. Población.....	44

4.2.2. Muestra .....	45
4.3. Técnicas de Recolección de Datos.....	48
4.3.1. Técnicas.....	48
4.3.2. Instrumentos.....	48
4.3.3. Procedimiento de comprobación de validez y confiabilidad .....	48
4.4. Técnicas para el Procesamiento de la Información .....	51
4.4.1. Técnica de Estadística Descriptiva.....	51
4.4.2. Técnica de Estadística Inferencial.....	51
4.5 Aspectos Éticos .....	52
CAPÍTULO V: RESULTADOS .....	53
1 5.1. Presentación.....	53
5.2. Interpretación de resultados .....	54
5.3. Contrastación de Hipótesis .....	77
5.3.1. Hipótesis Específicas (a).....	78
5.3.2. Hipótesis Específicas (b).....	82
5.3.3. Hipótesis Específicas c) .....	87
5.3.4. Hipótesis General.....	91
CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	95
6.1 Discusión .....	95
6.2 Conclusiones .....	98
6.3. Recomendaciones .....	99
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	100
ANEXOS.....	106
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	107

ANEXO 2: ENCUESTA.....	108
ANEXO 3: POBLACIÓN DE LAS EMPRESAS QUE COMERCIALIZAN.....	112
ANEXO 4: MUESTRA CONSIDERADA ESPECIALIZADA.....	113
ANEXO 5: EMPRESAS QUE COMERCIALIZAN ARTÍCULOS DE OFICINA POR ENCUESTAR .....	114
ANEXO 6: HOJA DE DATOS .....	115
ANEXO 7 : HOJAS DE TRABAJO SPSS .....	116

<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	<b>Pág.</b>
Tabla 1: Inflación	40
Tabla 2. Situación financiera	41
Tabla 3: Población de las empresas que comercializan artículos de oficina	44
Tabla 4: Muestra considerada especializada	47
Tabla 5: Tabla de Validez	49
Tabla 6: Cálculo de Alfa de Cronbach con SPSS	50
Tabla 7: Rangos de nivel de confiabilidad	51
Tabla 8: Aumento de la tasa de interés de referencia	54
Tabla 9: Disminución de la tasa de interés de referencia	56
Tabla 10: Aumento del precio internacional del petróleo	57
Tabla 11: Aumento del precio internacional del cobre	59
Tabla 12: Menor poder adquisitivo	60
Tabla 13: Incremento de los precios	62
Tabla 14: La inflación	63
Tabla 15: Financiamiento para capital de trabajo	65
Tabla 16: Operaciones de leasing	67
Tabla 17: Incremento del costo de materias primas	69
Tabla 18: Incremento del costo de la mano de obra	70
Tabla 19: Disminución de ventas	72
Tabla 20: Aumento del costo de ventas	74
Tabla 21: Situación financiera	76
Tabla 22: Hipótesis Específica (a)	81
Tabla 23: La tasa de interés de referencia incide en el nivel de	

endeudamiento.	79
Tabla 24: Prueba Chi Cuadrado de Hipótesis (a)	80
Tabla 25: Hipótesis Específica (b)	83
Tabla 26: El aumento de precios de commodities incide en los costos de producción.	84
Tabla 27: Prueba Chi Cuadrado de Hipótesis (b)	85
Tabla 28: Hipótesis Específica (c)	88
Tabla 29: El incremento de los costos de importación incide en la reducción del margen bruto.	88
Tabla 30: Prueba Chi Cuadrado de Hipótesis ( c )	89
Tabla 31: Hipótesis General	92
Tabla 32: La inflación incide en la situación financiera de las empresas comerciales de artículos de oficina de Lima Metropolitana.	92
Tabla 33: Prueba Chi Cuadrado de Hipótesis General	93

<b>ÍNDICE DE FIGURAS</b>	<b>Pág.</b>
Figura 1: Incremento de la tasa de inflación	3
Figura 2: Partes de un estado financiero básico	31
Figura 3 : Aumento de la tasa de interés de referencia	55
Figura 4 Disminución de la tasa de interés de referencia	56
Figura 5 Aumento del precio internacional del petróleo	58
Figura 6 Aumento del precio internacional del cobre	59
Figura 7 Menor poder adquisitivo	61
Figura 8 Incremento de los precios	62
Figura 9 La inflación	64
Figura 10 Financiamiento para capital de trabajo	66
Figura 11 Operaciones de leasing financiero	67
Figura 12 Incremento del costo de materias primas	69
Figura 13 Incremento del costo de la mano de obra	71
Figura 14 Disminución de ventas	73
Figura 15 Aumento del costo de ventas	75
Figura 16 Situación financiera	76
Figura 17: Prueba Chi Cuadrado de Hipótesis Específica (a)	81
Figura 18: La tasa de interés de referencia <sup>17</sup> incide en el nivel de endeudamiento de las empresas comerciales de ventas de artículos de oficina en Lima Metropolitana.	82
Figura 19: Prueba Chi Cuadrado de Hipótesis Específica (b)	85
Figura 20. El aumento de precios de commodities incide en los costos de producción de las empresas comerciales de ventas de artículos de oficina en Lima Metropolitana.	86

Figura 21: Prueba Chi Cuadrado de Hipótesis Específica ( c )	89
Figura 22. El incremento de los costos de importación incide en la reducción del <sup>1</sup> margen bruto de las empresas comerciales de artículos de oficina de Lima Metropolitana.	90
Figura 23: Prueba Chi Cuadrado de Hipótesis General	93
Figura 24. <sup>1</sup> La inflación incide en la situación financiera de las empresas comerciales de artículos de oficina de Lima Metropolitana.	94

## RESUMEN

El presente trabajo titulado “La inflación y su incidencia en la situación financiera de las empresas comerciales de la venta de artículos de oficina en Lima Metropolitana, 2021-2022”, se ha desarrollado con el objetivo de explicar cómo la inflación puede afectar la estructura de la situación financiera de las empresas.

La inflación viene a ser el aumento generalizado de todos los precios de la economía. Se deberán revelar sus impactos cuando la economía esté en un período de hiperinflación. La inflación afecta principalmente la situación financiera de las empresas cuando existen atrasos en las cuentas por cobrar, lenta rotación de existencias y exigencia de los proveedores por pagar en menores plazos las compras.

En el presente trabajo se ha aplicado el método analítico descriptivo, se usará como instrumento el cuestionario para recibir los aportes de los profesionales expertos en ese tema y luego efectuar la contrastación de las hipótesis.

Una vez obtenido los resultados se elaborará el análisis de la discusión, se formulará las conclusiones, terminando con la propuesta de las respectivas recomendaciones.

**Palabras Claves: Inflación, situación financiera**

## ABSTRACT

This paper entitled "Inflation<sup>1</sup> and its impact on the financial situation of commercial companies selling office supplies in Metropolitan Lima, 2021-2022" has been developed with the objective of explaining how inflation can affect the structure of the financial situation of companies.

Inflation is the generalized increase of all prices in the economy. Its impacts should be disclosed when the economy is in a period of hyperinflation. Inflation mainly affects the financial situation of companies when there are arrears in accounts receivable, slow inventory turnover and demands from suppliers to pay in shorter terms for purchases.

In the present work, the descriptive analytical method has been applied, the questionnaire will be used as an instrument to receive the contributions of the expert professionals in this subject and then to carry out the contrastation of the hypotheses.

Once the results are obtained, the analysis of the discussion will be elaborated, the conclusions will be formulated, ending with the proposal of the respective recommendations.

Keywords: Inflation, financial situation

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación que lleva como título “La inflación y su incidencia en la situación financiera de las empresas comerciales de la venta de artículos de oficina en Lima Metropolitana, 2021-2022”, tiene por finalidad contribuir a la evaluación de los diferentes impactos de la inflación en las operaciones comerciales y en la situación financiera de las empresas.

Como se ha comentado en el resumen la inflación es un fenómeno que incrementa costos y gastos de operación, deteriora el valor de los activos más líquidos de corto plazo como son la caja y cuenta por cobrar, y si no hay una estrategia adecuada de parte de la alta dirección terminará afectando su situación financiera de las empresas comerciales.

La tesis está desarrollada en seis capítulos, que se detalla a continuación:

Capítulo I - Planteamiento del Problema, donde se explica la realidad problemática el cual es de mucha utilidad como soporte de la investigación, que sirvieron de base y es fundamental para formular las hipótesis correspondientes.

Capítulo II – Marco Teórico, donde se precisa los antecedentes, bases teóricas y las definiciones de términos técnicos, que es de gran ayuda a lo planteado en la realidad problemática.

Capítulo III – Hipótesis y variables, donde se forma la hipótesis general, las hipótesis específicas y operacionalización de variables.

Capítulo IV - Metodología, especificando tipo de investigación, nivel de investigación, el método de la investigación, el diseño trabajo de campo, la población y la muestra.

Capítulo V – Análisis de los resultados mostrando los hallazgos más relevantes, con la finalidad de alcanzar los objetivos de la investigación.

Capítulo VI – Discusión, conclusiones y recomendaciones que el autor plantea para encontrar respuestas a las hipótesis planteadas.

Finalmente, se presentan las fuentes bibliográficas y los respectivos anexos.

**LAS AUTORAS**

## **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Descripción de la realidad problemática**

El presente trabajo de investigación titulado: La inflación y su incidencia en la situación financiera de las empresas comerciales de la venta de artículos de oficina en Lima Metropolitana, se da en un contexto donde el Perú viene enfrentando un período de alta inflación desde el año 2021, habiendo alcanzado su punto más alto en el año 2022 a consecuencia del incremento del precio mundial de los commodities de alimentos y el conflicto armado entre Ucrania y Rusia.

En el Perú, en el año 2021, las ventas de la actividad de artículos de oficina, como la papelería, registraron un incremento de 3,0% con relación al año anterior 2020, este crecimiento estuvo asociado al aumento de las ventas de los últimos meses del año 2021, debido a que gran parte del año las ventas

fueron menores por la poca demanda del sector educativo e instituciones públicas y privadas.

El 49% de las empresas de Lima Metropolitana esperan alcanzar entre los próximos 5 y 12 meses el nivel de ventas que mantenían antes de la pandemia por el coronavirus, el 17,5% estima recuperar en menos de seis meses, 15,7% tardará entre 12 y 18 meses, 7,3% de 18 a 24 meses y 3,0% en más de 24 meses; en tanto que, el 7,5% de las empresas manifestaron no haberse visto afectadas por la emergencia sanitaria.

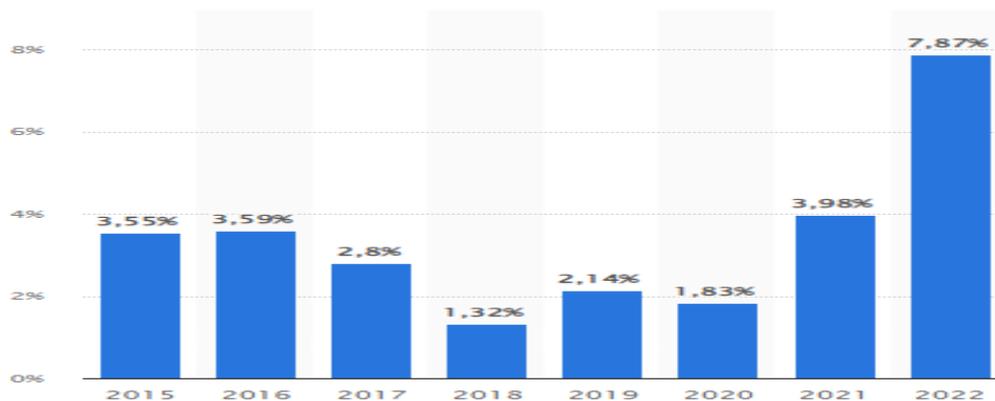
La situación financiera de las empresas se puede obtener fundamentalmente del estado de situación financiera, que mide la capacidad de pago de corto plazo y del estado de resultados que mide la situación económica, es decir, la capacidad de hacer ganancias en un período.

Con relación a la inflación se ha constituido en un problema muy serio para la economía pues adicional a la pérdida del poder adquisitivo, desalienta a las inversiones, aumenta el costo del dinero, disminuye la rentabilidad real de las inversiones y por último distorsiona la situación financiera económica de las empresas del sector comercial.

El sector comercial de artículos de oficina está en un rubro que quizás no es muy estratégico para las empresas y por lo tanto durante los procesos largos de inflación se incrementan sus costos de operación, hay una lenta rotación de sus existencias, se ven obligados a dar más descuentos a sus clientes y por consiguiente eso se ve reflejado en su situación financiera.

Además, la situación financiera de estas empresas se ven afectadas principalmente por el lado de su liquidez y por su menor rentabilidad afectando negativamente las expectativas de los propietarios quienes observarán cómo se deteriora su situación financiera por la inflación.

**Figura 1:** Incremento de la tasa de inflación en los últimos 8 años



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (BCRP)

Acerca del incremento de la tasa de interés de referencia incide en el endeudamiento en las empresas del sector comercial de venta de artículos de oficina porque el alza de la tasa de interés de referencia encarece el costo del crédito en el corto plazo. El incremento de la tasa de referencia tendría efecto directo sobre el nivel de endeudamiento que asumen las personas naturales y las empresas en este caso las empresas comerciales que venden artículos de oficina, pues la deuda se aumenta y, por consiguiente, hay un desaliento para la obtención de préstamos. De esta forma, un menor nivel de endeudamiento podría implicar un menor nivel de inversión y también desincentivar el crecimiento económico. Por esta razón, el seguimiento de la inflación es de suma importancia en esta situación.

En cuanto el aumento de precios de commodities impacta e incide negativamente en los costos de producción de las entidades debido a que, si

aumentan los productos básicos, las empresas comerciales que venden artículos de oficina tienen menos ingresos debido a que las personas compran menos los productos y tienen mayores costos de producción. Si se incrementan los precios, la demanda disminuye, lo cual sería desfavorable para las empresas de este sector comercial ya que en estos momentos necesitan enfocarse en una recuperación.

Por último, el incremento de los costos de importación en los últimos años ha incidido notablemente en la reducción del margen bruto <sup>1</sup> de utilidad en las empresas del sector comercial de venta de artículos de oficina ya que el margen bruto se calcula de la diferencia de lo que vendemos y lo que nos cuesta lo que hemos vendido.

El margen bruto de las empresas es perjudicado por el incremento del costo de importación por la subida de tarifas de los fletes marinos y como resultado eso provoca altos costos de importación elevando los precios de los productos de artículos de oficina mencionando algunos factores detrás de esta alza del costo de importación es la vinculación directamente a la pandemia y también a la inflación del Perú y países internacionales.

Los principales problemas que se han identificado en la presente investigación son:

- a) Desconocimiento del impacto de cualquier cambio <sup>10</sup> en la tasa de interés de referencia que incide en el endeudamiento de las empresas.
- b) No se mide el incremento de los precios internacionales de los commodities <sup>62</sup> en los costos de producción o de ventas en las empresas.

- c) No se analiza la causa del incremento de los costos de importación en los costos totales de productos, en el margen bruto de las empresas.

De acuerdo a lo manifestado la inflación se convierte en un costo más que afecta la situación económica y financiera de las empresas.

El propósito del presente trabajo de investigación es aportar conocimiento y experiencia a los gerentes de las empresas comerciales de artículos de oficina, con relación al impacto de la inflación en la situación financiera de las empresas.

## **Delimitación de la investigación**

### **Delimitación espacial**

El ambiente donde se desarrolló la investigación fue en las empresas comerciales de venta de artículos de oficina en Lima Metropolitana.

### **Delimitación temporal**

El período que comprendió la presente investigación concierne a los años 2021 hasta el 2022.

### **Delimitación social**

Las técnicas de recojo de información se aplicaron mediante encuestas a los funcionarios de las empresas del sector comercial de artículos de oficina en Lima Metropolitana.

## Delimitación conceptual

### Inflación

Según Blacutt, M. (2021) indica: La inflación se puede definir como el aumento progresivo de varios productos. La inflación ha sido en todo el mundo un golpe muy duro para todas las empresas debido a que afecta y distorsiona <sup>11</sup> la situación financiera y económica de las empresas del sector comercial de venta de artículos de oficina.

### Situación financiera

Según Anaya, H. (2018) indica: El estado de situación financiera nos ayuda a obtener información valiosa es como un resumen para la compañía de sus <sup>7</sup> activos, pasivos y el capital de una empresa en una fecha determinada y específica. El estado de situación financiera de la empresa varía de un día a otro o cada vez que se realice una operación contable dentro de la empresa. Saber esta información que nos brinda el estado de situación financiera nos ayuda a saber el estado económico, <sup>11</sup> y la situación financiera de las empresas del sector comercial de venta de artículos de oficina para que así puedan tomar buenas decisiones para su empresa.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema general**

¿De qué manera la inflación incide en la situación financiera de las empresas comerciales de venta de artículos de oficina en Lima Metropolitana, 2021-2022?

### **1.2.2. Problemas específicos**

- a) ¿De qué forma la tasa de interés de referencia incide en el nivel de endeudamiento?
- b) ¿En qué medida el aumento de precios de commodities incide en los costos de producción?
- c) ¿De qué manera el incremento de los costos de importación incide en la reducción del margen bruto?

## **1.3 Objetivos de la Investigación**

### **1.3.1. Objetivo General**

Determinar si la inflación incide en la situación financiera de las empresas comerciales de venta de artículos de oficina en Lima Metropolitana, 2021-2022

### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- a) Analizar si la tasa de interés de referencia incide en el nivel de endeudamiento.
- b) Evaluar si el aumento de precios de commodities incide en los costos de producción.

- c) <sup>7</sup> Determinar si el incremento de los costos de importación incide en la reducción del margen bruto.

## <sup>1</sup> 1.4 Justificación de la Investigación

La justificación del presente trabajo de investigación consiste en que en los últimos años se han presentado procesos inflacionarios no solo en Perú, sino también en otros países que están perjudicando el poder adquisitivo de las personas, la situación financiera de las empresas en este caso las <sup>57</sup> empresas dedicadas a la venta de artículos de oficina y su rentabilidad real de las inversiones.

### <sup>1</sup> 1.4.1. Importancia

El presente trabajo de investigación tiene por importancia la necesidad que los interesados en contar con información financiera, real en un momento específico, esta debería ser revelada reflejando el impacto que tiene la inflación en las cuentas de los estados financieros con el propósito que la Alta Dirección pueda tomar decisiones para proteger el valor de sus activos y para controlar periódicamente la situación y evolución de la empresa, para lo cual es importante revisar los reportes mensuales que sobre variación de precios publica el Instituto Nacional de Estadística - INEI, y asimismo solicitar al responsable del área contable <sup>25</sup> la aplicación de las normas internacionales de información financiera pertinentes.

También se justifica para poder informar a las personas y a los empresarios sobre el impacto de la inflación, cómo este incide negativa en la situación financiera, en su patrimonio y así puedan tomar precauciones en sus empresas.

#### **1.4.2. Viabilidad de la investigación**

El presente trabajo de investigación se consideró viable porque existe suficiente información sobre este tema en las diferentes publicaciones y contamos con informaciones locales e internacionales para el desarrollo del trabajo para cumplir los objetivos descritos en los capítulos correspondientes.

#### **1.5 Limitaciones**

Para solucionar las limitaciones que se presentaron en el desarrollo del presente trabajo de investigación fue necesario buscar material en las bibliotecas de la universidad, en el repositorio de la universidad, en las revistas especializadas en el Banco Central de Reserva, buscar a los especialistas.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Antecedentes de la Investigación**

#### **2.1.1. Antecedentes Nacionales**

**Bermúdez, E. (2018)** “Tipo de cambio e inflación en el Perú”, para obtener el Título Profesional de Economista”, en la Universidad Nacional de Trujillo - Perú; en la tesis mencionada indica que:

Mantener la estabilidad de los precios es uno de los propósitos de las autoridades monetarias del país en la búsqueda del crecimiento de su economía.

El autor indica que la presente investigación sirve para poder tomar como referencia que la estabilidad de precios es el principal propósito de todas las autoridades monetarias al momento de buscar un crecimiento en su economía, dicha información nos sirve de aporte en nuestra investigación para poder conocer mejor acerca del tipo de cambio y la inflación.

El presente trabajo de investigación contribuye con nuestro trabajo de investigación porque permite analizar cómo incide la variación del tipo de cambio en la inflación en el Perú, ya que la inflación afecta a la comercialización de artículos de oficina. Por otro lado, cabe señalar que la tesis antes señalada es importante para buscar las posibles soluciones adecuadas ante la problemática que se encontró en dicha investigación, <sup>23</sup> con el objetivo de contribuir en la mejora de sus ingresos de estas empresas que están en este sector para que estas puedan posicionarse mejor.

Para el caso de las empresas de artículos de oficina es muy importante mantener la estabilidad monetaria debido a que de esta forma se puede planificar, <sup>28</sup> preservar el valor real del dinero, es decir conservar su poder adquisitivo en términos de la canasta de consumo de las personas.

Para las empresas de artículos de oficina es importante que no aumente la inflación, para reducir los costos y de esta manera mantener la rentabilidad adecuada.

**Valdivieso, C. (2022)** “Política Monetaria e inflación en el Perú 2003-2019”, para obtener el Título Profesional de Economista, en la Universidad César Vallejo - Perú; en la tesis mencionada indica que:

Los períodos inflacionarios no dejan que el dinero que circula pueda realizar eficazmente con su finalidad, alteran los precios, generando inquietud y ocasionando que los inversionistas pierdan la confianza y el interés para invertir en el país.

El autor indica que la presente investigación sirve para poder tomar como

referencia debido a que los períodos inflacionarios modifican los precios de una economía dicha información nos sirve de aporte en nuestra investigación para poder conocer mejor sobre la política monetaria y la inflación.

El presente trabajo de investigación contribuye con nuestro trabajo de investigación porque permite analizar el efecto <sup>10</sup> de la política monetaria implementada por el Banco Central de Reserva del Perú - BCRP, en el control de la inflación del Perú, que a su vez la inflación afecta a la comercialización de artículos de oficina. Por otro lado, cabe señalar que la tesis antes señalada es importante para buscar las soluciones adecuadas ante el problema que se encontró en dicha investigación, <sup>23</sup> con el objetivo de contribuir en la mejora de sus ingresos de estas empresas que están en este sector para que estas se puedan posicionar mejor.

Para las empresas de artículos de oficina es importante que no aumente la inflación, para reducir los costos y de esta manera mantener la rentabilidad adecuada.

Utilizamos esta información de la tesis como por ejemplo que los períodos inflacionarios modifican los precios relativos de una economía y no permiten que el dinero pueda realizar su objetivo de ser usado como medio de cambio ya que en nuestras empresas comerciales de venta de artículos de oficina existen muchos problemas por ejemplo la inflación que afecta la rentabilidad de estas empresas y los períodos inflacionarios que ocasionan que los inversionistas ya no quieran invertir en el sector así como también en el Perú.

**Jiménez, B. (2022)** “Influencia del desempleo en la inflación de la región de Tumbes - Perú, 2003-2019”, para obtener el Título Profesional de Economista, en la Universidad Nacional de Tumbes - Perú; en la tesis mencionada señala que:

Desarrollar políticas que como resultado permita conservar el bajo desempleo representaba un estímulo en el momento de tomar correctas decisiones que como resultado se manifiesta un aumento de la inflación.

La presente tesis contribuye con nuestro trabajo de investigación porque permite conocer cómo incide el desempleo sobre la inflación en Tumbes sin embargo esta relación no es muy significativa.

Cabe señalar que la tesis antes señalada es importante para buscar las posibles soluciones adecuadas ante la problemática que se encontró en dicha investigación, con el objetivo de contribuir en los efectos de reducción del desempleo como consecuencia de la inflación en la región Tumbes, así como en las empresas comerciales de artículos de oficina.

La problemática gira en torno a las distintas crisis económicas, escasa generación de empleo y episodios de inestabilidad política, debido a estas repercusiones negativas se limita la toma de decisiones acertadas de política económica.

De esta manera, tanto la inflación como el desempleo generan repercusiones negativas en la economía del país y, por ende, de la región de la misma manera causaría en las empresas comerciales de venta de artículos de oficina.

Utilizamos esta información para nuestra tesis ya que nos habla acerca del desempleo, la inflación que son dos factores negativos en la tesis

mencionada de la misma manera en nuestra tesis que afecta duramente a la economía de todas las personas, así como también a las empresas comerciales de venta de artículos de oficina y que por estos factores tendrían menor productividad.

### **2.1.2. Antecedentes Internacionales**

**Blanco, P. (2017)** en su tesis “Ajuste por inflación - impacto en los estados financieros y cálculo de impuestos Caso Bodega Esmeralda S.A.”, para obtener el Grado de Maestría en Administración de empresas, en la Universidad de Torcuato Di Tella de Argentina, la tesis el autor señala:

En periodos de alta inflación los estados financieros de las empresas por consecuencia de la inflación presentan información que se puede pensar que están distorsionados.

La presente investigación, nos ayuda entender que efectivamente la tesis antes señalada comenta que los estados financieros en tiempos de alta inflación no tienen un ajuste por inflación estarían reflejando por ejemplo rentabilidad que no es real, cuentas por cobrar que no son reales, la inflación al producir cambios en los precios, distorsiona la comparación de cifras de un periodo a otro, por ejemplo las cuentas por cobrar, por lo que el valor de los activos cambia para las empresas con el transcurrir del tiempo, lo que hace que los estados financieros y como resultado la situación financiera de la empresas de venta de artículos de oficina presenten una imagen distorsionada. Cuando existe en el país inflación, el poder adquisitivo de la moneda del país

se altera, y por ese motivo la información financiera deja de ser significativa y correcta y no es confiable para la toma de decisiones de las empresas del sector comercial de la venta de artículos de oficina. La información que brindan los estados financieros debe ser aproximada a la realidad económica de las empresas de la venta de artículos de oficina porque proporciona información importante sobre el patrimonio de la empresa a un determinado tiempo, su evolución en el tiempo, a nivel económica y financiera durante el periodo de la empresa, deben ser útiles para los usuarios de las empresas de artículos de oficina puedan tomar decisiones correctas y beneficiosas para la empresa. El objetivo de emitir estados financieros ajustados por efectos de la inflación es para que se pueda presentar la verdadera realidad de la situación financiera de la empresas de artículos de oficina en el momento exacto que se presenten los estados financieros de la empresa, ya que por la inflación del país los saldos que figuran en los estados financieros no son reales por consiguiente el estado de situación financiera de las empresas de artículos de oficina tampoco son reales y por ese motivo se debe actualizar, renovar dichos saldos, haciendo los ajustes respectivos por los efectos de la inflación en el país.

**Hederra, N. (2022)** en su tesis “Anclaje de expectativas y las respuestas de la economía ante shocks”, para obtener el Grado de Maestría en Economía, en la Pontificia Universidad Católica de Chile, la tesis mencionada indica que:

La importancia de perdurar las expectativas de inflación a las metas del Banco Central y eludir el empeoramiento en la economía. Si no ocurriera eso la respuesta de la política monetaria sería drástica.

El presente trabajo de investigación contribuye con nuestro trabajo de investigación porque permite analizar la importancia de preservar las expectativas de inflación a las metas de las autoridades monetarias en caso no ocurra se necesitaría que las autoridades monetarias implementen políticas para evitar que la inflación se dispare y afecte a las empresas en este caso a las empresas de artículos de oficina, la finalidad de las autoridades monetarias de cada país es preservar la estabilidad monetaria económica del país.

Algunas formas de contrarrestar la inflación es implementar <sup>8</sup> la tasa de interés de referencia es un instrumento de política monetaria que establece y administra únicamente las autoridades monetarias de cada país para que la inflación no siga subiendo. Los últimos meses han subido los precios de diferentes productos por consiguiente en este caso afectan la situación financiera de las empresas de artículos de oficina para estas empresas es importante que la inflación no se eleve para que se puedan reducir los costos de los productos y así se puedan mantener su situación financiera y tener una rentabilidad adecuada.

La inflación está originada por factores externos como ha ocurrido en 2021 con el aumento de precios mundiales más el aumento de precios de fletes por ese motivo las autoridades monetarias del Perú han subido la tasa de interés de referencia para que se pueda contrarrestar la inflación.

**Martino, S. (2016)** en su tesis “Efectos de la Inflación en el Análisis financiero histórico y prospectivo. Análisis de un caso”, para obtener el <sup>66</sup> Grado de Maestría en Administración, en la Universidad Nacional del Sur de Argentina, en la tesis mencionada indica que:

<sup>50</sup> Los estados financieros contienen información valiosa acerca de la situación financiera de una empresa como resultado para que los dueños y encargados de la empresa puedan tomar una correcta decisión hacia la empresa. Cuando existe inflación la información que se presenta son poco precisos.

La presente tesis contribuye con nuestro trabajo de investigación porque nos permite ver que los estados financieros de las empresas muestran la posición financiera en que se encuentran en este caso las empresas de artículos de oficina <sup>3</sup> para una correcta toma de decisiones y el estado de situación financiera refleja la contabilidad de una empresa, su estructura económica y financiera.

En este documento se puede ver las actividades económicas de las empresas que se suelen llevar a cabo dentro de las compañías, durante un período determinado.

Esto permite a los socios considerar si la empresa es rentable para poder invertir. El estado de situación financiera lleva una información importante para los socios y usuarios externos para la toma de decisiones pero cuando existe inflación, la información financiera que contiene los estados financieros y como resultado el estado de

situación financiera deja de ser confiable ya que la información que nos brinda son poco precisos, por el escaso reconocimiento de la inflación hacia los estados financieros eso afecta a las empresas del sector comercial de la venta de artículos de oficina para que ellos puedan tomar una correcta toma de decisiones de su situación financiera hacia la empresa.

La inflación es un fenómeno económico que afecta la situación financiera de las empresas de artículos de oficina ya que provoca que los estados financieros de la empresa se distorsionen y no muestran los valores correctos de las empresas de artículos de oficinas.

## 2.2 Bases Teóricas

### 2.2.1. Inflación

#### Marco Legal

##### <sup>19</sup> Rol del Banco Central de Reserva del Perú

Según el artículo 84 de la Constitución Política del Perú en su capítulo V de la moneda y la banca (2009) indica: <sup>19</sup> La finalidad del Banco Central de Reserva del Perú – BCRP es resguardar la solidez de la moneda. <sup>15</sup> Sus funciones son: regular la moneda y el crédito del sistema financiero, administrar las reservas internacionales a su cargo” (p.20).

El autor comenta qué es resguardar <sup>20</sup> la estabilidad monetaria. Con este fin el BCRP aplica su política monetaria por medio de un

esquema de metas de inflación, con un rango de tolerancia para esta variable entre 1% y 3%.

### **Marco Histórico**

La evolución de la Inflación se remonta al siglo VI a.C en Turquía. El rey Creso fue el encargado de poner en circulación la primera moneda de la historia.

En el año 301 d. C, el emperador Diocleciano fue el primero en toda la historia que usó un plan antinflacionario.

En el siglo XVI, sucedió la “Revolución de Precios” que estuvo vinculado al descubrimiento de los metales preciosos por ende provocó un debate sobre las causas de aquella inflación.

En el año 1568 el autor Bodin, manifestó por primera vez la “Teoría de la Inflación”.

Ya en el siglo XX, la crisis de los años 30 supuso una nueva forma de entender la inflación.

En 1944 se tomaron unas decisiones que están relacionadas con las finanzas internacionales, los acuerdos de Brettons Woods.

A mediados de los años 60, con una inflación en crecimiento, se dio fin a estos acuerdos.

En el 2022 la inflación a nivel local e internacional se convirtió en una inquietud para la economía, una vez pasado dos años del inicio de la pandemia.

## **Marco conceptual**

**Según el autor Floyd, A. (2022) en su libro Cómo Sobrevivir La inflación, señala lo siguiente:**

2 La inflación es la tasa a la que una moneda experimenta una disminución de su poder adquisitivo. En la mayoría de las economías se produce a lo largo de un periodo prolongado” (p.11).

Escogimos el presente autor porque nos sirve para un mejor análisis sobre la inflación y poder utilizarlo en nuestra investigación como aporte, debido a que la inflación perjudica a las empresas afectando su situación económica y financiera y a su vez a nuestro sector comercial de venta de artículos de oficina de nuestra investigación.

Además, el libro antes señalado contribuye con nuestra investigación para buscar las posibles soluciones adecuadas ante el problema que se encontró, con el objetivo de aportar en la mejora de su productividad para que las empresas comerciales de venta de artículos de oficina puedan superar este problema de inflación

La inflación ha causado estragos en la población debido a que afectó duramente la economía de las personas debido al excesivo incremento de precios. Debido a ello las personas ya no compran muchos productos en el mercado por el alto costo. Las personas tienen que reemplazar sus alimentos por otras opciones más económicas.

**Según el autor Hazlitt, H. (2021) en su libro Lo que debemos saber de la inflación,** menciona lo siguiente:

<sup>41</sup> La inflación es el aumento del dinero en circulación y del crédito”.

(p.7).

El libro antes señalado contribuye con nuestra investigación para buscar las posibles soluciones adecuadas ante el problema que es la inflación, con el fin de contribuir en la mejora de su rentabilidad para que las empresas comerciales de venta de artículos de oficina puedan adquirir mayores ingresos.

La inflación en todo el mundo ha sido un gran golpe muy duro para las empresas y para todas las personas ya que afecta la economía de la gente. Siempre ha sido causado por el aumento de los precios. En este aspecto podemos resaltar la importancia de la inflación para poder prevenirla como no despilfarrando el dinero, planificando las compras de los productos y haciendo un presupuesto ya que el incremento de precios es un problema que nos afecta a todos.

**Según el autor Blacutt, M. (2021) en su libro El desarrollo local complementario,** menciona lo siguiente:

<sup>1</sup> La inflación se explica como el desarrollo continuo de los precios de los bienes, servicios y comprende la disminución de la capacidad de compra.

El autor comenta que el presente libro nos sirve y nos ayuda para conocer y tener un mejor análisis sobre la inflación y poder utilizarlo en nuestra investigación como aporte debido a que la inflación

perjudica duramente a todas las empresas afectando su rentabilidad y a su vez a nuestro sector comercial de venta de artículos de oficina de nuestra investigación.

Por otro lado, cabe señalar que el libro antes señalado es importante y contribuye con nuestra investigación para buscar las posibles soluciones adecuadas ante la problemática que se encontró, con el fin de contribuir en la mejora de su rentabilidad para que las empresas comerciales de venta de artículos de oficina se puedan posicionar mejor.

**Según el autor Perea, H. (2022) en su libro Hitos de la reforma macroeconómica en el Perú 1990-2020, menciona lo siguiente:**

<sup>16</sup> La inflación es un impuesto regresivo que afecta más a las personas de bajos ingresos” (p.67).

El autor indica que el presente libro contribuye a nuestra investigación para tener un mejor análisis sobre la inflación, <sup>16</sup> los resultados positivos que ha obtenido el BCRP en el control de la inflación y poder utilizarlo en nuestra investigación como aporte ya que la inflación afecta a todas las empresas comprometiendo su rentabilidad, involucrando a las personas de tienen menos ingresos al adquirir menos productos en el mercado y a su vez al sector comercial de venta de artículos de oficina de nuestra investigación.

Por otra parte, cabe señalar que el concepto antes señalado es importante y aporta con nuestra investigación para buscar las posibles soluciones adecuadas ante la problemática que se

encontró, con el objetivo de contribuir en la mejora de su productividad para que las empresas comerciales de venta de artículos de oficina puedan obtener mayores ingresos y no se vean afectadas con la inflación.

**Según el autor Rivera, I. (2017) en su libro Principios de macroeconomía un enfoque de sentido común** menciona lo siguiente:

Las personas tienen la perspectiva que la inflación les afecta, les arrebatada la capacidad de compra y también de sus ingresos y crea incertidumbre en los precios de los productos.

El autor señala que el presente libro es de interés para nuestra tesis debido a que menciona como el incremento de precios afecta mucho a las personas debido a que no pueden comprar sus productos para su hogar por el alto costo del producto, crea muchas dudas sobre el abastecimiento de dichos productos y por ende crea pánico en las personas.

Dicha información nos sirve como aporte para nuestra investigación para poder buscar soluciones ante la inflación ya que es un problema que nos ha perjudicado desde hace muchos años atrás no solo a las personas que no pueden adquirir sus productos en los mercados o supermercados sino también a las empresas y en nuestra investigación a las empresas comerciales de venta de artículos de oficina.

**Según el autor Mankiw, N. (2020) en su libro principios de Economía,** menciona lo siguiente:

El motivo principal<sup>51</sup> de la inflación es el aumento de la cantidad de dinero que circula. Cuando el banco central da en circulación grandes cantidades de dinero, su valor baja de inmediato. Para mantener estables los precios, debe tener una estrecha supervisión.

El autor señala que el presente libro nos ayuda para nuestra tesis debido a que menciona las causas de la inflación y nos da una idea sobre como el aumento de dinero provoca la inflación que afecta a toda la población, así como a las entidades.

### **Tasa de Interés de Referencia**

Según Rivas, P. (2018) indica que la tasa de interés de referencia es la tasa que fija el BCRP en los préstamos a los bancos y es de utilidad de base para determinar la tasa de interés activa y pasiva.

<sup>8</sup> La tasa de interés de referencia es la que establece la organización encargada de la política monetaria de cada país para influenciar en el precio de las operaciones crediticias de corto plazo entre diferentes entidades bancarias.

### **Aumento de Precios de Commodities**

Según Idexam (2021)<sup>52</sup> indica que el aumento en los precios de los alimentos, productos se debería a una combinación de circunstancias con respecto<sup>53</sup> a un aumento de la demanda, un descenso de la oferta.

## **Incremento de los Costos de Importación**

Según Gavelán, J. (2020) indican que costos de importación es el precio que se le ha dado a un producto que se ha comprado fuera del país, y comprende el valor pactado en el respectivo Incoterms, de ser el caso seguro, flete y los respectivos gastos de la mercadería. Por lo tanto, se debe tomar en cuenta todos los factores que estén involucrados en la obtención de ese producto hasta que lo requiera el cliente.

### **2.2.2. Situación Financiera**

#### **1 Marco Legal**

##### **NIIF 1 (Las Normas Internacionales de Información Financiera)**

Una empresa realizará y mostrará un estado de situación financiera como lo indica la NIIF, la adopción de NIIF tiene como primer paso un Estado de Situación Financiera a la Fecha de Transición.

La empresa no adoptará versiones distintas. La empresa realizará su estado de situación financiera de apertura conforme como lo señala las NIIF.

##### **Marco Histórico**

La evolución de la situación financiera de cada empresa está relacionada con la contabilidad ya que la contabilidad es como un medio de control que provee información de la situación financiera de las empresas.

En el año aproximadamente 1494, en el país de Italia, el fraile franciscano Luca Paccioli, hace una serie de contribuciones importantes y valiosas a la contabilidad. Él tiene en cuenta el concepto de partida doble como método de contabilidad. Para que las empresas puedan llevar eficientemente su situación financiera y contable.

En la actualidad, la tecnología está a disposición de la contabilidad y de las empresas, ya que se llevan a cabo sistemas completos que proporcionan información financiera valiosa para ellos ya que es de utilidad, lo que permite que las empresas tengan confianza para la correcta toma de decisiones hacia su empresa. Ha habido tres etapas importantes en el registro de la actividad contable, el sistema manual, elaboración y preparación de los registros y documentos a mano. Elaboración de los registros y documentos por medio de sistemas mecánicos. Por último, la utilización de sistemas computarizados o de paquetes contables.

### **Marco conceptual**

**Según el autor Anaya, H. (2018) en su libro Análisis Financiero Aplicado bajo NIIF 16, señala lo siguiente:**

El <sup>14</sup> estado de situación financiera pertenece a uno de los estados financieros, plasma la situación financiera de un negocio según se muestra en las cuentas contables que lo integran.

Para poder determinar <sup>11</sup> la situación financiera actual de las empresas del sector de las ventas de artículos de oficina se debe empezar primero por el estado de situación financiera.

El presente libro es de utilidad para nuestra tesis debido a que señala como el estado de situación financiera es determinante para poder saber el estado económico de las empresas de artículos de oficina y así poder tomar decisiones adecuadas y beneficiosas. Es útil la información que nos brinda para las empresas de artículos de oficina y también para las personas o entidades vinculadas con las empresas de este sector como por ejemplo los bancos, accionistas, proveedores, acreedores ya que por consiguiente <sup>2</sup> nos ayudará a tener una visión más amplia de la situación financiera de las empresas. Es como un retrato de la empresa en el tema financiero ya que por ejemplo el día que se preparó el estado de situación financiera la empresa tenía plasmado los activos, pasivos y patrimonio pero después esta situación puede cambiar por los distintos movimientos que realizará las empresas del sector de ventas de artículos de oficina ese día u otro día, por otro lado también puede afectar el retrato de la empresa la inflación ya que lo que provoca la inflación es que la situación financiera se altere y no pueda presentar los valores verdaderos.

**Según el autor Abanto, M. (2012) en su libro Normas Internacionales de Contabilidad, afirma lo siguiente:**

La situación financiera de una empresa evidencia la estructura financiera que contiene que es la liquidez y solvencia.

La presente definición es de interés para nuestra tesis debido a que menciona como el <sup>47</sup> estado de situación financiera es uno de los informes más importantes para las empresas del sector comercial de venta de artículos de oficina de todos los tamaños y también para todos los tipos de giros de negocio, ya que nos proporciona conocer los activos, pasivos y el patrimonio. También nos permite comprender el desempeño acerca de las empresas del sector comercial de venta de artículos de oficina y tener una visión específica de <sup>55</sup> la situación financiera. Por medio del estado de situación financiera, se puede obtener información provechosa <sup>37</sup> para la toma de decisiones que apunta a las resoluciones de problemas de la empresa de la venta de artículos de oficina, así como también conocer su solvencia y liquidez. Asimismo, la solvencia nos muestra la condición del patrimonio de la empresas la disponibilidad de tener efectivo a corto plazo asimismo está la vinculada con el activo circulante, y tiene como objetivo evaluar la capacidad de las empresas de artículos de oficina en sus cumplimientos de obligaciones a favor de terceros a corto plazo por ejemplo a sus acreedores y por otro lado la liquidez mide la disponibilidad de efectivo que se tendrá más adelante en un futuro de las empresas comercializadoras de artículos de oficina.

Según los autores <sup>43</sup> Gitman, L y Zutter, C. (2012), en su libro **Principios de administración financiera decimosegunda edición, indica lo siguiente:**

El estado considera los activos de la empresa, deuda y patrimonio. <sup>36</sup> El balance general presenta un estado conciso de la situación financiera de la empresa.

El presente libro es de utilidad para nuestra tesis ya que el autor menciona que <sup>56</sup> el estado de situación financiera es como un resumen para las empresas de artículos de oficina de sus <sup>14</sup> activos, pasivos y patrimonio neto en una fecha determinada. La información que nos muestra el estado de situación financiera para las empresas de artículos de oficina es actualizada y específica lo que nos brinda no solo es significativa para los acreedores o inversionistas potenciales sino igualmente de importante para la gerencia de las empresas de dicho sector porque se muestra ahí la situación financiera de las empresas y el uso que se dio del capital de las empresas de artículos de oficina. Este documento muestra a los interesados como socios e inversionistas la posición financiera y también económica de las empresas de artículos de oficina de forma actualizada para así ayudarles <sup>2</sup> a evaluar el futuro de la empresa y tomar decisiones informadas que como resultado beneficie a las empresas del impacto de la inflación a su situación financiera y así poder planificar operaciones futuras a beneficio de las empresas de artículos de oficinas.

**Según el autor Román, J. (2017) en su libro Estados financieros básicos 2017, menciona lo siguiente:**

7 Muestra información a una fecha determinada sobre los recursos y obligaciones de la entidad, por consiguiente, los activos en orden de disponibilidad, revelando sus restricciones, los pasivos atendiendo a su exigibilidad, revelando sus riesgos financieros". (p.50).

El presente libro es de interés para nuestra tesis ya que el autor nos señala que el estado de situación financiera resume tres conceptos fundamentales que son de suma importancia que son el activo, pasivo y patrimonio. El activo son los bienes por ejemplo la mercadería, muebles, el dinero que está en las cuentas de los bancos y el activo también tiene derechos, el derecho al cobro a terceros a favor de la empresa. Activo es lo que tiene la empresa, Por otro lado, el pasivo son obligaciones como deudas a terceros por ejemplo la empresa tiene una deuda hacia el banco, porque el banco ha prestado dinero a la empresa es lo que debe a terceros y el patrimonio son las aportaciones que realizan los socios ya sea dinero en efectivo o bienes físicos.

El estado de situación financiera revela a los socios y a todos los interesados el estatus de la empresa, es decir la situación financiera de las empresas de artículos de oficina durante un periodo determinado de manera concreta y resumida

Es un informe que nos brinda información valiosa y nos ayuda a estar al tanto de la salud financiera, para así ayudarles a saber el estado

económico o el estado patrimonial y como resultado las empresas de artículos de oficinas puedan analizar el futuro de su empresa y tomar decisiones acertadas que como consecuencia ayude a las empresas de la influencia de la inflación a su situación financiera.

**Figura 2: Partes de un Estado Financiero Básico**

ENCABEZADO

"EL TRIUNFADOR, S.A. DE C.V."	
Estado de Situación Financiera al 31 de Diciembre del 2014	
<b>ACTIVO</b>	<b>PASIVO Y CAPITAL</b>
<b>A CORTO PLAZO:</b>	<b>A CORTO PLAZO</b>
Efectivo y equivalente de efectivo \$ 100	Préstamos bancarios \$ 200
Cuentas por Cobrar a Clientes 200	Cuentas por pagar a Proveedores 100
Inventarios 300	Total a Corto Plazo \$ 300
Pagos Anticipados 100	<b>A LARGO PLAZO</b>
Total Activo a Corto Plazo: \$ 700	Deuda Financiera 200
<b>A LARGO PLAZO</b>	Beneficios a empleados 500
Propiedades, planta y equipo (neto) 500	Total a largo plazo 700
Otros activos intangibles 1,000	<b>TOTAL PASIVO</b> 1,000
Total a Largo Plazo 1,500	<b>CAPITAL CONTABLE</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b> \$ 2,200	<b>CONTRIBUIDO</b>
	Capital Social 1,000
	<b>GANADO:</b>
	Utilidad acumuladas 200
	Total Capital Contable 1,200
	<b>TOTAL PASIVO + CAPITAL</b> \$ 2,200
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, a 20 de enero del 2015	
LAS NOTAS QUE SE ADJUNTAN FORMAN PARTE INTEGRANTE DEL PRESENTE ESTADO FINANCIERO	
FORMULADO POR:	AUTORIZADO POR:
C.P.C. J. Carlos Román Ramos CONTADOR GENERAL	C.P.C. Cecilia Ramos Ramírez ADMINISTRADORA GENERAL

CUERPO/PIE

Fuente: Libro <sup>45</sup> Estados Financieros Básicos 2017 Proceso de elaboración y reexpresión. (2017). (n.p.): Ediciones Fiscales ISEF.

**Según el autor Alvares, J. (2017) en su libro Estrategias para la formulación de Estados Financieros, indica lo siguiente:**

Plasma la situación financiera con relación a la información de los recursos y obligaciones financieras, así como el capital, patrimonio de

la entidad a una fecha, mostrando las operaciones que se han efectuado.

El presente libro es de utilidad para nuestra tesis ya que el autor menciona que el estado de situación financiera de las empresas de artículos de oficina mediante el estado de situación financiera nos enseña de forma organizada su situación financiera o patrimonial durante un periodo determinado de manera concreta y resumida. Además, nos muestra el uso que se le dio a los activos, pasivos y el capital de las empresas de artículos de oficina en el pasado por medio de los saldos de los elementos que lo integran.

El estado de situación financiera se realizará de acuerdo con las normas contables aplicables para una correcta contabilidad. Estas normas fijan los principios contables, las clasificaciones que mencionan la contabilidad y los métodos contables para que se pueda presentar el informe financiero de las empresas de artículos de oficina de manera eficaz y coherente igualmente se deben definir una metodología útil para recopilar información que garantice su fiabilidad y las empresas de artículos de oficina tomen decisiones beneficiosas para el crecimiento de la empresa y puedan mantenerse estable ante la inflación.

**Según el autor Perez, J. (2013) en su libro La contabilidad y los estados financieros, señala lo siguiente:**

La inversión, la financiación, el aporte que dan los socios de la empresa conforman el balance de situación financiera y dicho documento se realiza mensualmente, conforme con el PGC.

El presente libro es de interés para nuestra tesis debido a que el autor nos indica que forman parte del Balance de situación en este caso de las empresas de artículos de oficina el activo, pasivo y capital estos elementos nos señala <sup>21</sup> los recursos que tiene el negocio, sus deudas y el capital aportado por los dueños. Es un reporte de la información financiera de las empresas de artículos de oficina y este reporte es beneficioso para la toma de <sup>40</sup> decisiones en las áreas de inversión y de financiamiento.

El autor nos señala que se debe realizar el balance de situación financiera de las empresas de artículos de oficina mensualmente para poder monitorear la situación de las empresas de este sector ya que varía cada vez que se realice una operación contable. Cada interesado en conocer la situación financiera de la empresa emplea la información para resolver diferentes preguntas que tenga por ejemplo el banco está interesado en saber si la empresa podrá pagar la deuda que tiene en la fecha acordada igualmente los accionistas están interesados en conocer si la empresa está funcionando bien y por lo cual tener resultados financieros positivos a futuro y también prever situaciones como la Inflación.

## **Nivel de Endeudamiento**

Según los autores García, M. y Jordà, J. (2004) en su libro Dirección financiera señala lo siguiente:

Estado de situación financiera se identificará la relación entre sus recursos propios de la empresa o ajenos por los acreedores la deuda que se tiene hacia ellos. La financiación externa que se realiza para la empresa se registra contablemente en obligaciones y deudas que tiene la empresa hacia sus acreedores. Evaluar la relación entre el patrimonio y la deuda hacia los acreedores da claridad a la empresa a su situación real económica. La importancia de saber tu nivel de endeudamiento es que a través de ello la empresa podrá saber qué tan dependiente está de la financiación externa. Para evaluar el nivel de endeudamiento se realiza la ratio de endeudamiento.

## **Costos de Producción**

Según el autor Magueyal, J. (2018). en su libro Análisis y reflexiones sobre los costos de producción y ventas, indica lo siguiente:

Es el gasto o la inversión que la empresa va a asumir para poder elaborar un producto que ellos venden y es primordial para fijar sus precios a cada unidad. Se refiere a materia prima, mano de obra, cuando se habla de costo de producción es importante ya que será de suma importancia para la salud financiera de la empresa y para que

la empresa pueda tomar buenas decisiones y pueda conocer su margen de utilidad y sus resultados reales de operación. Hay dos tipos de costos, costos variables y costos fijos.

### **Margen Bruto**

Según los autores Horngren, C., Foster, G. y Datar, S. (2007) en su libro Contabilidad de costos un enfoque gerencial, menciona lo siguiente:

Es un indicador clave financiero de rentabilidad, indica la eficiencia de la dirección de la empresa, es una métrica muy importante para la empresa para establecer si el negocio es rentable o no. El margen bruto nos muestra en que cantidad de las ventas queda de utilidad bruta con esta información que nos da el margen bruto la empresa debe dirigir la comercialización del producto. El margen bruto se calcula venta y el costo de venta la diferencia lo restas y vas a tener una primera utilidad que se llama margen bruto puedes tenerlo de forma porcentual dividiendo utilidad bruta y ventas netas.

## **2.3 Definiciones de Términos Técnicos**

**Aumento del costo de ventas:** Es el incremento que le cuesta a una entidad obtener <sup>65</sup> los bienes o servicios que se vende. En otras palabras, el incremento del dinero que puede gastar una entidad al momento de realizar sus operaciones. (Elaboración propia)

**Aumento de la cotización del cobre:** El aumento del valor del cobre, es uno de los productos de exportación importantes que el país ha conseguido niveles parecidos en el período de auge de los commodities acontecido a inicios de esta época. (Elaboración propia)

**Aumento del precio internacional del petróleo:** Es el aumento del costo del petróleo que viene a ser <sup>2</sup> una sustancia compuesta por una mezcla de hidrocarburos, de color oscuro y más ligera que el agua. (Elaboración propia)

**Aumento de Tasa de Referencia:** Es el incremento que dispone la organización que se encarga <sup>29</sup> de la política monetaria de cada país para poder impactar en el precio de las operaciones crediticias de las entidades del sistema financiero. (Elaboración propia)

<sup>32</sup> **Disminución de la tasa de interés de referencia:** La disminución de la tasa de referencia incluirá que las entidades del sistema financiero aminoren sus tasas de interés y así las empresas, como las personas permitan a un crédito mucho más barato y accesible. (Elaboración propia)

**Disminución de ventas:** La disminución de ventas de las empresas pueden deberse a diferentes factores que pasa la empresa en ese momento, todas las empresas suelen pasar por ello por una disminución de ventas, algunos factores que provoca dicha disminución son alta competencia, poca inversión, mala gestión de costos, desmotivación laboral, poca comunicación interna y falta de capacitación al personal esos son algunos factores.

También otro factor de disminución de ventas es provocado por la baja de compras por los clientes usuarios finales, empresas o proveedores. Cuando ocurra una disminución de ventas es de suma importancia que se realice una estrategia ya que es importante identificar la causa y brindar una solución para que aminore el impacto hacia la empresa. (Elaboración propia)

**Financiamiento para capital de trabajo:** Se define como un préstamo que se le da a las personas que tienen un negocio y quieren comprar mercadería, productos o materia prima para su negocio. También se puede definir como la exploración y la búsqueda de capital para la empresa para poder llevar a cabo una inversión en activos que necesita la empresa para que pueda seguir operando. (Elaboración propia)

**Incremento del costo de la mano de obra:** Es el precio que paga la entidad cuando el empleador paga el sueldo a todos sus trabajadores, la suma de todos esos salarios viene a ser la mano de obra, en otras palabras, se refiere a todos los pagos que la empresa da por todos sus empleados y no solo son los pagos mensuales sino también lo que dispone la ley. Se produce un incremento de costos de mano de obra debido a la inflación y también por la escasez de mano de obra. (Elaboración propia)

**Incremento del costo de materias primas:** Se refiere al valor monetario de todos aquellos gastos de las materias primas, suministros, mano de obra, productos, etc., usados para poder crear un nuevo producto o servicio. El incremento de la materia prima influye en el precio final de diversos bienes

y servicios. En este caso en el precio final del giro de negocio de la organización. (Elaboración propia)

### **Incremento de precios:**

También conocido como inflación y se refiere al aumento <sup>49</sup> de los precios de los productos que se consumen en un país. La inflación cuando es muy alta, <sup>44</sup> no se puede comprar la misma cantidad de bienes y servicios que antes, perjudicando notoriamente la capacidad de compra de la gente más vulnerable del país.

**Menor poder adquisitivo:** Es la disminución del valor monetario del dinero con el que se puede adquirir, obtener bienes y servicios. (Elaboración propia)

**Operaciones de leasing financiero:** Es una operación de financiamiento a mediano o largo plazo para las empresas o personas naturales, pero mayormente la utilizan las empresas que requieren obtener activos fijos. La entidad financiera o una compañía de financiamiento adquiere un bien mueble o inmueble, el cual previamente ha sido elegido por el cliente y se la da en arriendo por un plazo de tiempo que quedan la entidad financiera y la empresa al finalizar el plazo el cliente la empresa tiene la opción de adquirir el bien mueble o inmueble en una adopción de compra. Uno de los beneficios del leasing financiero es que tiene la opción de al momento de decidir comprar el bien inmueble o mueble puede depreciar el bien como resultado se genera un beneficio para la empresa porque puede deducir impuestos. (Elaboración propia).

## CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

### 3.1 Hipótesis General

La inflación incide en la situación financiera de las empresas comerciales de venta de artículos de oficina en Lima Metropolitana, 2021-2022

### 3.2 Hipótesis Específicas

- a) La tasa de interés de referencia incide en el nivel de endeudamiento.
- b) El aumento de precios de commodities incide en los costos de producción.
- c) El incremento de los costos de importación incide en la reducción del margen bruto.

### 3.3 Operacionalización de Variables

#### 3.3.1. Variable independiente

Tabla 1 : Inflación

VARIABLE INDEPENDIENTE: LA INFLACIÓN		
<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	<p>46 Se define como el crecimiento constante de los precios de los bienes y servicios que como resultado desalienta a los inversionistas para que puedan invertir además distorsiona la situación financiera económica de las empresas.</p>	
<b>LA INFLACIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍNDICES</b>
	<b>X1: TASA DE INTERÉS DE REFERENCIA</b>	10 X1.1: Aumento de la tasa de interés de referencia
		X1.2: Disminución de la tasa de interés de referencia
	<b>X2: AUMENTO DE PRECIOS DE COMMODITIES</b>	X2.1: Aumento del precio internacional del petróleo
		X2.2: Aumento de la cotización del cobre
	<b>X3: INCREMENTO DE LOS COSTOS DE IMPORTACIÓN</b>	X3.1: Menor poder adquisitivo
X3.2: Incremento de precios		
<b>ESCALA VALORATIVA</b>	NOMINAL	

### 3.3.2. Variable dependiente

Tabla 2: Situación Financiera

VARIABLE DEPENDIENTE: <sup>34</sup> SITUACIÓN FINANCIERA		
<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	El Estado de situación financiera es un estado financiero, que presenta la situación de un negocio que se puede ver en las cuentas contables y como resultado de dicha información que brinda la Alta dirección de la empresa pueden tomar buenas decisiones y acertadas para el beneficio de la empresa.	
<b>SITUACIÓN FINANCIERA</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍNDICES</b>
	<b>Y1: NIVEL DE ENDEUDAMIENTO</b>	Y1.1: Financiamiento para capital de trabajo
		Y1.2: Operaciones de leasing financiero
	<b>Y2: COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	Y2.1: Incremento del costo de materias primas
		Y2.2: Incremento del costo de la mano de obra
	<b>Y3: REDUCCIÓN DEL MARGEN BRUTO</b>	Y3.1: Disminución de ventas
Y3.2: Aumento del costo de ventas		
<b>ESCALA VALORATIVA</b>	NOMINAL	

## **CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA**

### **4.1 Diseño Metodológico**

#### **4.1.1. Tipo de Investigación**

De acuerdo al propósito de investigación, naturaleza de los problemas, objetivos formulados e hipótesis establecidas en la tesis “La inflación y su incidencia en la situación financiera de las empresas comerciales de artículos de oficina del distrito de Lima Metropolitana año 2021-2022”, se sustenta que el presente estudio reúne las condiciones suficientes para ser calificado como una investigación aplicada de enfoque cuantitativo no experimental.

#### **4.1.2. Nivel de Investigación**

Es una investigación de nivel explicativa causal y descriptiva de acuerdo con la finalidad de la misma.

#### **4.1.3. Método de Investigación**

En el presente trabajo de investigación se utilizó el método analítico, estadístico, descriptivo, de síntesis e inductivo - deductivo, entre otros que conforme se desarrolló la tesis se explicarán a lo largo de la misma.

#### **4.1.4. Diseño de Investigación**

Según la naturaleza del presente trabajo de investigación, el diseño propuesto es no experimental, por lo que se tomó una muestra con los siguientes datos:

$$M = O_x r O_y$$

Dónde:

M = Muestra.

O = Observación.

x = La inflación

y = Situación financiera

r = Relación de variables.

#### **4.1.5. Enfoque de Investigación**

El enfoque de una investigación puede ser cualitativo, cuantitativo o mixto. En el presente trabajo de investigación se utilizó el enfoque cuantitativo, porque nos basamos en encuestas y se dará un mejor detalle del ámbito estadístico para poder analizar los patrones de comportamiento frente al problema planteado, a la vez se obtuvieron resultados y se propuso las soluciones más adecuadas.

## 4.2 Población y Muestra

### 4.2.1. Población

El marco poblacional está conformado por 25 empresas del sector Comercial de artículos de oficina en Lima Metropolitana en los cuales se define la población N= 50 de los gerentes generales y responsable del área financiera de las empresas comerciales de venta de artículos de oficina los cuales se describen en la Tabla 3

**Tabla 3:** Población de las empresas que comercializan artículos de oficina.

N°	RUC	RAZÓN SOCIAL	TOTAL TRABAJADORES	POBLACIÓN ESPECIALIZADA
1	20514527122	Comercial morayma e.i.r.l	6	2
2	20606291214	Monpac office e.i.r.l.	5	2
3	20376472338	Ink color print s.r.l.	6	2
4	20100030676	Distribuidora navarrete s.a	46	2
5	20521547406	Inversiones lazernet e.i.r.l.	1	2
6	20514344559	Comercial lujorluc s.r.l.- lujorluc srl	3	2
7	20109072177	Cencosud retail Perú s.a.	10022	2
8	20100070970	Supermercados peruanos sociedad anonima 'o' s.p.s.a.	2	2
9	20100310288	Productos industriales arti s.a	10	2
10	20607352845	Sucomix dios es amor s.a.c.	57	2
11	20508565934	Hipermercados tottus s.a	11,384	2
12	20606109343	Solana comercial s.a.c.	5	2
13	20605333380	Ym corporacion yemart s.a.c.	6	2
14	20100049181	Tai loy s.a.	1,330	2
15	20125412875	Comercial giova s.a.	16	2
16	20603709307	Oficentro Perú s.a.c.	15	2
17	20501457869	Librerias crisol s.a.c.	500	2
18	20505399464	Importadora-exportadora paxi s.a.c.	5	2
19	20536557858	Homecenters peruanos s.a.	5,404	2
20	20101164901	Comercial li s a	45	2
21	20602863116	Meyten s.a.c.	96	2
22	20100274621	Tai heng s a	188	2
23	20603668619	Mumuso Perú s.a.c	47	2
24	20510069251	Dh empresas Perú s. a	780	2
25	20382970820	Mantinni s.r.l.	8	2
<b>TOTAL</b>			<b>N1 = 29987</b>	<b>N2 = 50</b>

Fuente: Elaboración propia extraída de sitios públicos.

Se ha escogido 2 trabajadores especializados que son los más altos ejecutivos de cada empresa.

#### 4.2.2. Muestra

El tamaño óptimo de muestra se determinó mediante la fórmula para estimar proporciones para una población conocida, finita.

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{e^2 \times (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Donde:

N: Es el tamaño de la población que consiste de 50 colaboradores seleccionados de las 25 empresas de artículos de oficina.

Z: 1.96 es el valor en el eje de la abscisa, de la curva normal, para una probabilidad del 95% de confianza.

P: Proporción de gerentes, responsables del área financiera de las empresas comerciales de venta de artículos de oficinas de Lima Metropolitana que manifestaron que la inflación tiene efecto en la situación financiera de las empresas comerciales del sector comercial de venta artículos de oficina (se asume P=0.5).

Q: Proporción de gerentes, responsables del área financiera de las empresas comerciales de venta de artículos de oficinas de Lima

Metropolitana que manifestaron que la inflación tiene efecto en la situación financiera de las empresas comerciales del sector comercial de venta artículos de oficina (se asume  $Q=0.5$ ).

E: Margen de error 5%

N: Población = 50

n: Tamaño óptimo de muestra =45

A un nivel de significancia de 95% y 5% como margen de error la muestra óptima es:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (50)}{(0.05)^2 (50-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$n = 45$  colaboradores del sector comercial de artículos de oficina de Lima Metropolitana

El resultado obtenido representa el tamaño de la muestra ideal, y con ello se realizó la encuesta a los especialistas en el tema de investigación.

La muestra estuvo compuesta por 45 colaboradores provenientes de la población especializada ( $N= 50$ ) en el aspecto financiero respecto del sector comercial de artículos de oficina de Lima Metropolitana, con este dato se obtiene el factor de distribución muestral.

$$(fdm) = n/N \quad 50 * 45/50 = 45$$

$$n_i = \frac{n}{N} * N_i, \text{ donde } i = 1, 2, 3, \dots, k$$

$$Fdm = 45/50$$

$k = \text{número de estratos en la población}$

$$fdm = 0.9000$$

**Tabla 4** : Muestra considerada especializada

N°	RUC	RAZÓN SOCIAL	POBLACIÓN ESPECIALIZADA	MUESTRA
1	20514527122	Comercial morayma e.i.r.l	2	2
2	20606291214	Monpac office e.i.r.l.	2	2
3	20376472338	Ink color print s.r.l.	2	2
4	20100030676	Distribuidora navarrete s.a	2	2
5	20521547406	Inversiones lazernet e.i.r.l.	2	2
6	20514344559	Comercial lujorluc s.r.l.- lujorluc srl	2	2
7	20109072177	Cencosud retail Perú s.a.	2	2
8	20100070970	Supermercados peruanos sociedad anonima 'o ' s.p.s.a.	2	2
9	20100310288	Productos industriales arti s.a	2	2
10	20607352845	Sucomix dios es amor s.a.c.	2	2
11	20508565934	Hipermercados tottus s.a	2	2
12	20606109343	Solana comercial s.a.c.	2	2
13	20605333380	Ym corporacion yemart s.a.c.	2	2
14	20100049181	Tai loy s.a.	2	2
15	20125412875	Comercial giova s.a.	2	2
16	20603709307	Oficentro Perú s.a.c.	2	2
17	20501457869	Librerías crisol s.a.c.	2	2
18	20505399464	Importadora-exportadora paxi s.a.c.	2	2
19	20536557858	Homecenters peruanos s.a.	2	2
20	20101164901	Comercial li s a	2	2
21	20602863116	Meyten s.a.c.	2	2
22	20100274621	Tai heng s a	2	2
23	20603668619	Mumuso Perú s.a.c	2	2
24	20510069251	Dh empresas Perú s.a	2	2
25	20382970820	Mantinni s.r.l.	2	2
<b>TOTAL</b>				<b>45</b>

Fuente: Elaboración propia extraída de sitios públicos

### **4.3. Técnicas de Recolección de Datos**

#### **4.3.1. Técnicas**

La técnica que se utilizó para la presente investigación fue la encuesta, la cual se aplicó a los gerentes y responsables del área financiera de las empresas del sector comercial de Lima Metropolitana.

#### **4.3.2. Instrumentos**

El instrumento que se utilizó en la presente investigación fue el cuestionario, conformado por 14 preguntas formuladas con relación a las variables, los indicadores y los índices definidos en la estructura de la investigación del tema: La inflación y su incidencia en la situación financiera de las empresas comerciales de artículos de oficina del distrito de Lima Metropolitana año 2021-2022 y con diferentes escalas de Likert con 5 alternativas de respuestas dependiendo el criterio del investigador del aproximarse al encuestado.

#### **4.3.3. Procedimiento de comprobación de validez y confiabilidad**

##### **Validez**

Definimos a la validez como la exigencia para que el instrumento cumpla la función de medir con eficiencia, corresponde las preguntas del instrumento que deben partir para todos los indicadores.

**Tabla 5 : Tabla de Validez**

*Clasificación del instrumento de la validez por juicio de expertos*

<b>N°</b>	<b>Expertos</b>	<b>Calificación</b>	<b>Firma</b>
<b>01</b>	Asesor 1 - Temático: Rodas Serrano, Virgilio Wilfredo	Aprobado	R.V
<b>02</b>	Asesor 2 - Estadístico Huarca Javier	Aprobado	H.J
<b>03</b>	Asesor 3 - Metodólogo Centeno Josué	Aprobado	J.C

<sup>1</sup> Fuente: Elaboración propia

### **Confiabilidad**

La confiabilidad se refiere a la solidez de los instrumentos ya una vez como prueba, para el presente trabajo de investigación se realizó una encuesta a la muestra total de 45 encuestados que conforman el 100% del tamaño de la muestra seleccionada en este trabajo de investigación.

En otros términos, para obtener el indicador estadístico que mida la confiabilidad en el presente trabajo de investigación, se utilizó a los cuestionarios como instrumentos al 100% de la muestra de gerentes, administradores y contadores de las empresas de artículos de oficina cuyos datos obtenidos se procesó con el programa SPSS versión 25 se obtuvo 0.986 dicho indicador de confiabilidad llamado el Alfa de

Cronbach.

**Tabla 6:** Cálculo de Alfa de Cronbach con SPSS

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	45	100.0
	Excluido <sup>a</sup>	0	.0
	Total	45	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
.986	14

Prueba al 100% de la muestra

Fuente: Elaboración Propia

### Interpretación

Después de realizar la prueba de confiabilidad, se obtiene un resultado 0.986<sup>1</sup> lo que, a partir de este valor estadístico de Alfa de Cronbach, se concluye que el cuestionario refleja una confiabilidad Excelente, de acuerdo a los rangos mostrado en la Tabla 7.

**Tabla 7: Rangos de nivel de confiabilidad**

<b>Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach</b>	<b>Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados</b>
[0,0 ; 0,5[	Inaceptable
[0,5 ; 0,6[	Pobre
[0,6 ; 0,7[	Débil
[0,7 ; 0,8[	Aceptable
[0,8 ; 0,9[	Bueno
[0,9 ; 1,0[	Excelente

*Fuente: Análisis de confiabilidad y validez de un cuestionario sobre entornos personales de aprendizaje*

#### **4.4. Técnicas para el Procesamiento de la Información**

##### **4.4.1. Técnica de Estadística Descriptiva**

En el procedimiento descriptivo de los resultados de la presente investigación se utilizó las técnicas siguientes: tablas de distribución de frecuencias, representaciones gráficas y sus respectivas interpretaciones.

##### **4.4.2 Técnica de Estadística Inferencial**

En la presente investigación se realizó el procesamiento y análisis de los datos recolectados con el software estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) para la contratación de hipótesis planteadas en la sección 3.1 y el programa estadístico que es utilizado comúnmente en las diferentes investigaciones de

ciencias sociales. Además, se utilizó el modelo de correlación de Pearson con el nivel de confianza del 95%.

#### **4.5 Aspectos Éticos**

La presente investigación “La inflación y su incidencia en la situación financiera de las empresas comerciales de artículos de oficina de Lima Metropolitana 2021-2022” ha sido ejecutado a través de los principios, valores y el código de Ética de la Universidad de San Martín de Porres.

El desarrollo del presente trabajo de investigación se realizó ingresando datos sin la necesidad de copiar información de otros autores, salvo en aquellas citas que fue preciso incluirlas, con su respectivo comentario, las cuales se encuentran detalladas en las fuentes bibliográficas.

## <sup>1</sup> CAPÍTULO V: RESULTADOS

### 5.1. Presentación

El presente capítulo corresponde al trabajo de campo realizado a una muestra de 45 empresas de artículos de oficina de Lima Metropolitana, seleccionadas de una población de 50 empresas, las cuales estuvieron representadas por gerentes, responsables del área financiera en base a la investigación: La inflación y su incidencia en la situación financiera de las empresas comerciales de artículos de oficina de Lima Metropolitana 2021-2022.<sup>31</sup>

Los resultados obtenidos comprendieron el desarrollo de los siguientes objetivos específicos:

- a) Se analizó si la tasa de interés de referencia incidió en el nivel de endeudamiento

- b) Se evaluó si el aumento de precios de commodities incidió en los costos de producción.
- c) Se determinó si el incremento de los costos de importación incidió en la reducción del margen bruto.

## 5.2. Interpretación de resultados

Mediante la aplicación de la técnica de encuesta dirigida a las empresas comerciales de artículos de oficina, se presentan e interpretan los siguientes resultados:

### Variable X: Inflación

5.2.1. La pregunta X1.1: ¿Cree usted que la tasa de interés de referencia tiene algún impacto en las tasas activas y pasivas?

**Tabla 8** Aumento de la tasa de interés de referencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	18	40.0	40.0	40.0
	Casi siempre	18	40.0	40.0	80.0
	Algunas veces	9	20.0	20.0	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración propia

**Figura 3** Aumento de la tasa de interés de referencia



<sup>1</sup> Fuente: Elaboración propia

Con relación a la tabla 8 y figura 3, se visualizó que en un 40.00% de empresas sostiene que la tasa de interés de referencia casi siempre tiene algún impacto en las tasas activas y pasivas, así como también el 40.00% señalaron que la tasa de interés de referencia siempre tiene algún impacto en las tasas activas y pasivas. Por otro lado, el 20.00% de empresas considera que la tasa de interés de referencia algunas veces tiene algún impacto en las tasas activas y pasivas.

La mayoría de los profesionales afirmaron que siempre es importante la tasa de interés de referencia porque influye en el precio de las operaciones crediticias ya que impacta en los bancos que cobran al público por los préstamos que otorgan.

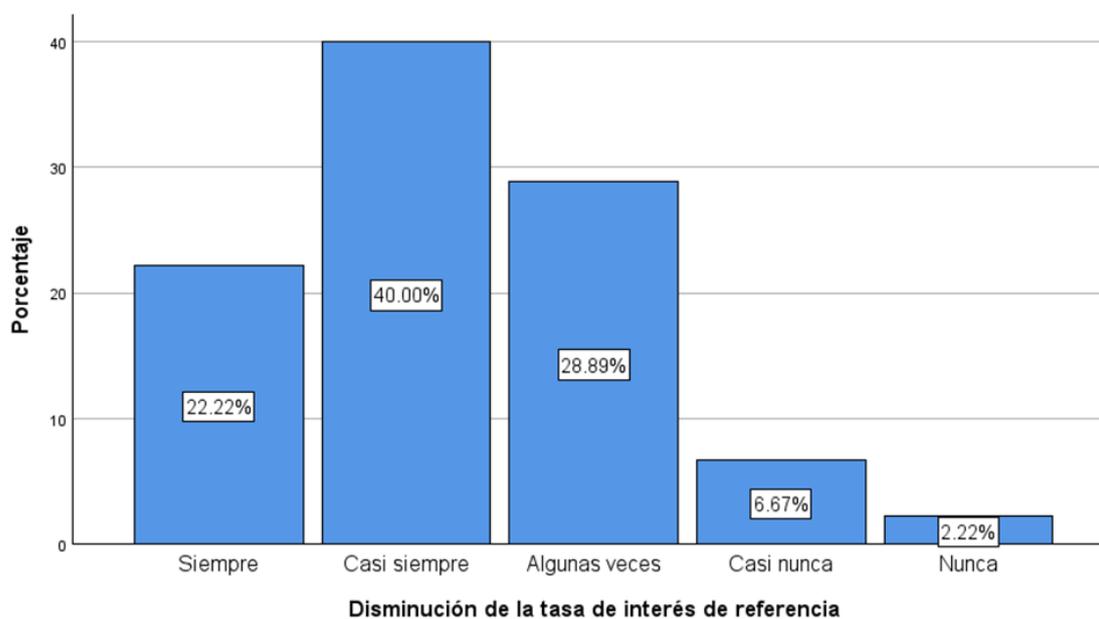
**5.2.2.** La pregunta X1.2: ¿Considera usted que la disminución de la tasa de interés de referencia reduce el costo de los créditos hipotecarios?

**Tabla 9** Disminución de la tasa de interés de referencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	10	22.2	22.2	22.2
	Casi siempre	18	40.0	40.0	62.2
	Algunas veces	13	28.9	28.9	91.1
	Casi nunca	3	6.7	6.7	97.8
	Nunca	1	2.2	2.2	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

1 Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración propia

**Figura 4** Disminución de la tasa de interés de referencia



Fuente: Elaboración propia

Con relación a la tabla 9 y figura 4, se puede observar que el 40.00% de las empresas que se han encuestado señalaron que casi siempre <sup>13</sup> la disminución de la

tasa de interés de referencia reduce el costo de los créditos hipotecarios, el 28.89% contestó que algunas veces <sup>13</sup> la disminución de la tasa de interés de referencia reduce el costo de los créditos hipotecarios, el 22.22 % indica que siempre disminuye, el 6.67% opinan que casi nunca <sup>24</sup> la tasa de interés de referencia reduce el costo de los créditos hipotecarios y el 2.22% concluye que nunca reduce el costo de los créditos hipotecarios.

<sup>1</sup> La mayoría de encuestados afirmaron que la disminución de la tasa de referencia de las empresas puedan acceder a un crédito más barato debe disminuirse en un préstamo de dinero para la compra de un inmueble.

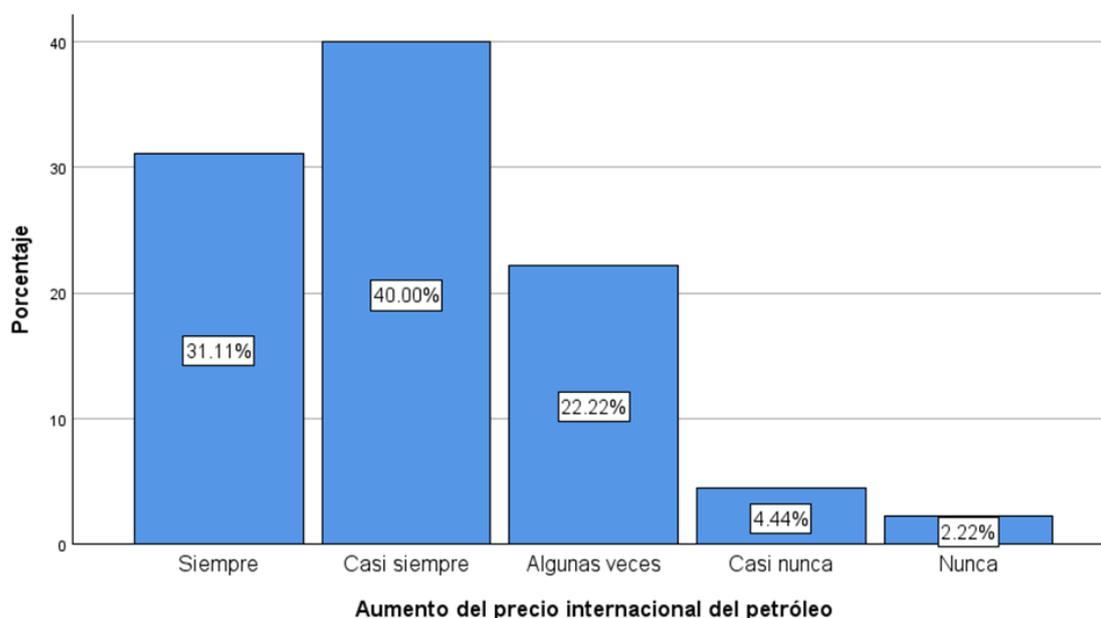
**5.2.3.** La pregunta X2.1: ¿En su opinión el aumento del precio internacional del petróleo incide en la inflación de un país?

**Tabla 10** Aumento del precio internacional del petróleo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	14	31.1	31.1	31.1
	Casi siempre	18	40.0	40.0	71.1
	Algunas veces	10	22.2	22.2	93.3
	Casi nunca	2	4.4	4.4	97.8
	Nunca	1	2.2	2.2	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración propia

**Figura 5** Aumento del precio internacional del petróleo



1 Fuente: Elaboración propia

Con relación a la tabla 10 y figura 5, se observó que el 40.00% de las empresas encuestadas indicaron que el aumento del precio internacional del petróleo incide en la inflación de un país, asimismo, el 31.11% afirma que siempre incide en el incremento de un país, el 22.22% indica que algunas veces incide en la inflación de un país, el 4.44% indica que casi nunca el precio internacional del petróleo incide en la inflación de un país y por último el 2.22% opina que nunca incide en la inflación de un país.

La mayoría de encuestados comentaron que el aumento internacional del petróleo al incrementar afectaría la economía de las personas con el incremento de precios como los costos de producción a nivel empresarial.

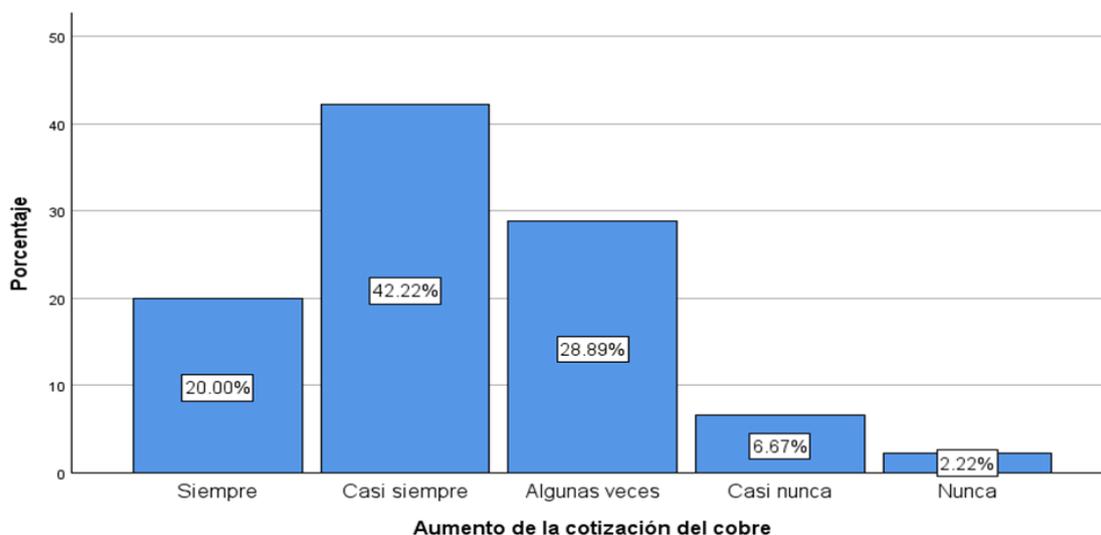
1 3.2.4. La pregunta X2.2: ¿Cree usted que el aumento del precio internacional del cobre significa más ingresos de divisas para el país?

**Tabla 11** Aumento del precio internacional del cobre

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	9	20.0	20.0	20.0
	Casi siempre	19	42.2	42.2	62.2
	Algunas veces	13	28.9	28.9	91.1
	Casi nunca	3	6.7	6.7	97.8
	Nunca	1	2.2	2.2	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración propia

**Figura 6** Aumento del precio internacional del cobre



<sup>1</sup> Fuente: Elaboración propia

Con relación a la tabla 11 y figura 6, se observó que el 42.22% de las empresas encuestadas indicaron que el aumento del precio internacional del cobre significa

más ingresos de divisas para el país; así mismo, el 28.89% opina que algunas veces el precio internacional del cobre significa más ingresos de divisas para el país, el 20.00% concluye que siempre significa más ingresos de divisas para el país y por último el 2.22% indica que nunca significa más ingresos de divisas para el país.

La mayoría de encuestados afirmaron que el incremento del precio internacional del cobre es decir cuando sube su precio generaría intercambios comerciales y financieros internacionales.

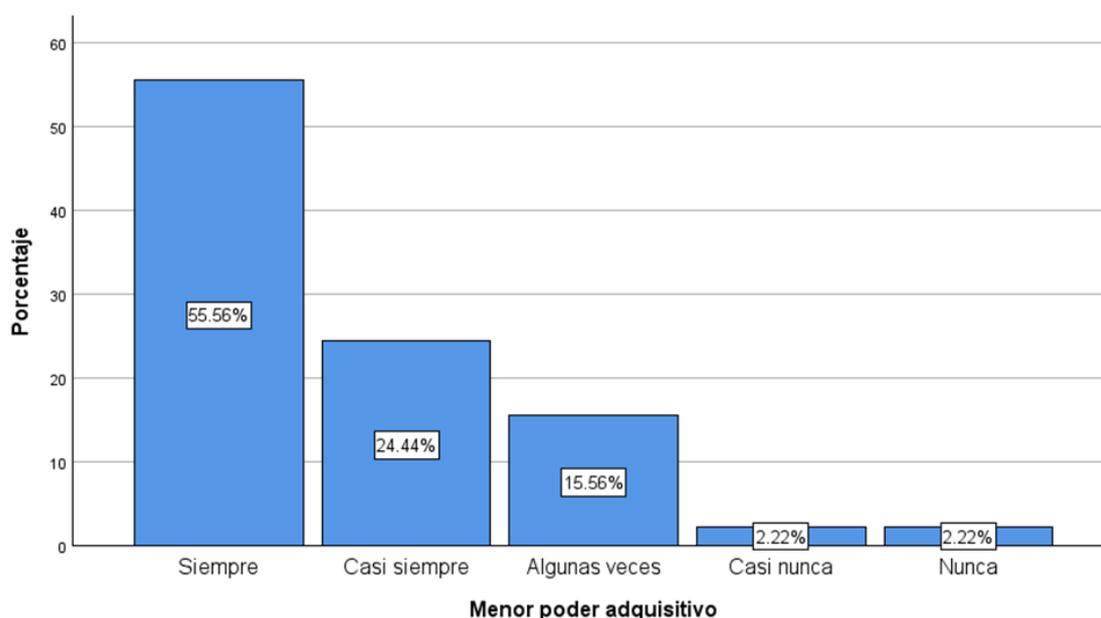
**5.2.5.** La pregunta X3.1: ¿En su opinión el menor poder adquisitivo reduce la capacidad de compra de las personas?

**Tabla 12** Menor poder adquisitivo

		Frecuencia	Porcentaje	22 Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	25	55.6	55.6	55.6
	Casi siempre	11	24.4	24.4	80.0
	Algunas veces	7	15.6	15.6	95.6
	Casi nunca	1	2.2	2.2	97.8
	Nunca	1	2.2	2.2	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración propia

**Figura 7** Menor poder adquisitivo



<sup>1</sup> Fuente: Elaboración propia

Con relación a la tabla 12 y figura 7, se observó que el 55.56% de las empresas encuestadas indican que siempre el menor poder adquisitivo reduce la capacidad de compra de las personas, el 24.44% indica que casi siempre el poder adquisitivo reduce la capacidad de compra de las personas, el 15.56% indica que algunas veces reduce la capacidad de compra y por último el 2.22% indica que nunca y casi nunca el poder adquisitivo disminuye la capacidad de compra

La mayoría de encuestados afirmaron casi siempre que el menor <sup>2</sup> poder adquisitivo es decir la capacidad económica de una persona para adquirir bienes y servicios hace que disminuya lo que las personas puedan llegar a comprar con su dinero.

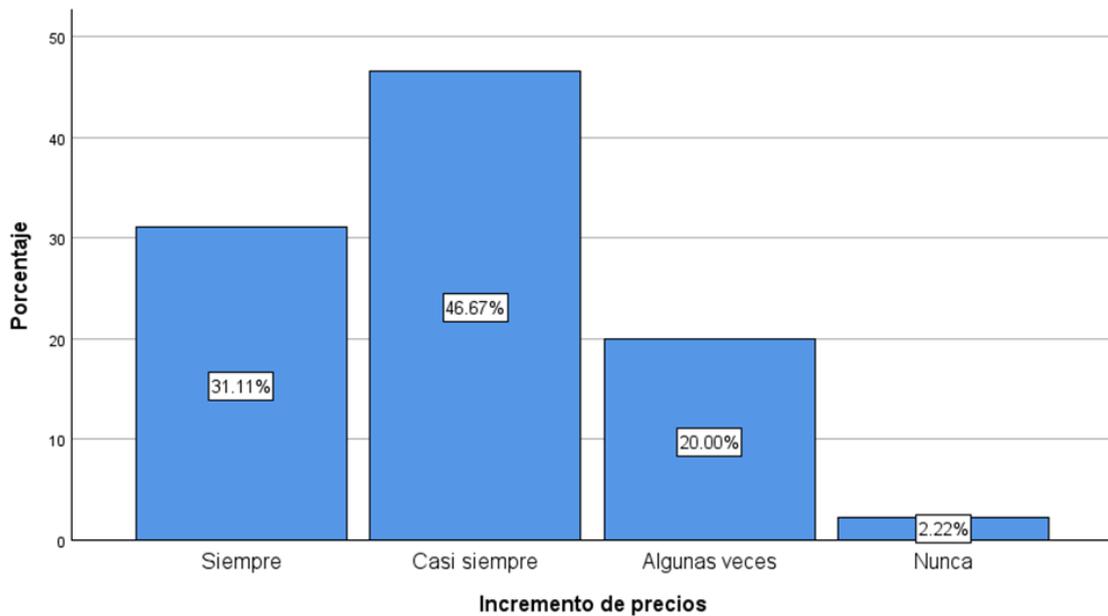
<sup>1</sup> 5.2.6. La pregunta X3.2: ¿Cree usted que el incremento de los precios en la economía genera inflación interna?

**Tabla 13** Incremento de los precios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	14	31.1	31.1	31.1
	Casi siempre	21	46.7	46.7	77.8
	Algunas veces	9	20.0	20.0	97.8
	Nunca	1	2.2	2.2	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

1 Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración propia

**Figura 8** Incremento de los precios



Fuente: Elaboración propia

Con relación a la tabla 13 y figura 8, se observó que el 46.67% de las empresas encuestadas afirman que casi siempre el incremento de los precios en la economía genera inflación interna, el 31.11% opina que siempre el incremento de precios genera inflación interna, el 20.00% concluye que algunas veces el incremento de precios en la economía genera inflación interna y el 2.22% indica que nunca genera inflación interna.

La mayoría de profesionales afirmaron que siempre la inflación produce una inflación interna ya que los precios suben de manera persistente.

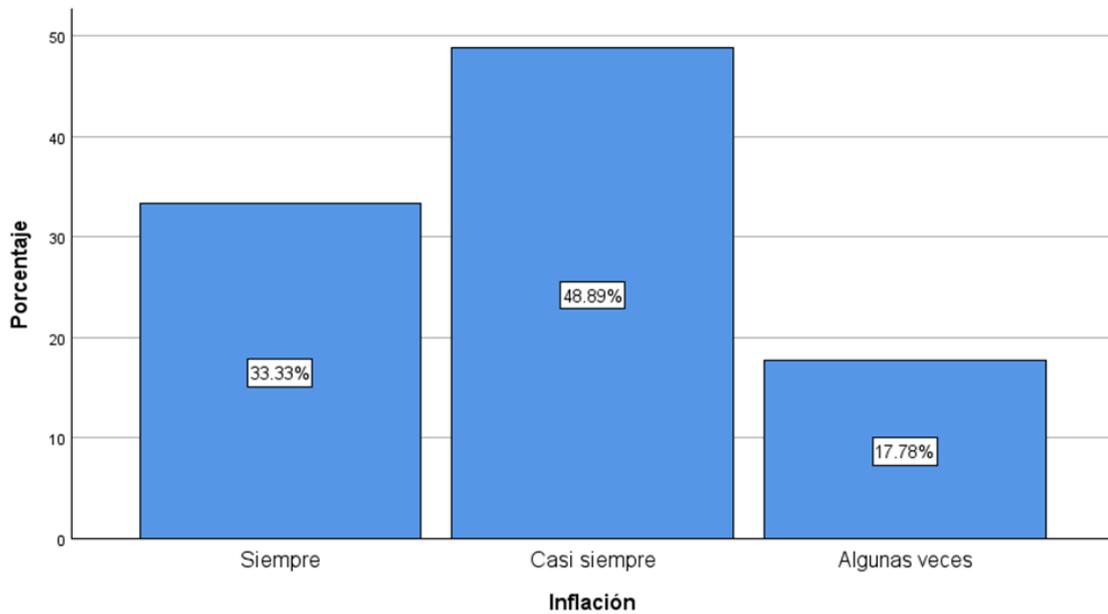
**5.2.7.** La pregunta X: ¿Considera usted que la inflación afecta los costos y gastos de todas las empresas?

**Tabla 14** La inflación

		<sup>3</sup> Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	15	33.3	33.3	33.3
	Casi siempre	22	48.9	48.9	82.2
	Algunas veces	8	17.8	17.8	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración propia

**1** **Figura 9** La inflación



Fuente: Elaboración propia

Con relación a la tabla 14 y figura 9, se observó que el 48.89% de encuestados indica que casi siempre la mayoría de encuestados opinan que la inflación afecta los costos y gastos de todas las empresas, el 33.33% afirma que siempre la inflación afecta los costos y gastos de todas las empresas y por último el 17.78% comenta que algunas veces la inflación afecta los costos y gastos de todas las empresas.

La mayoría de profesionales afirmaron que la inflación perjudica los costos y gastos de las empresas debido a que la inflación es el incremento de precios y por lo tanto las organizaciones tienen mayores gastos y suben sus costos.

## Variable Y: Situación financiera

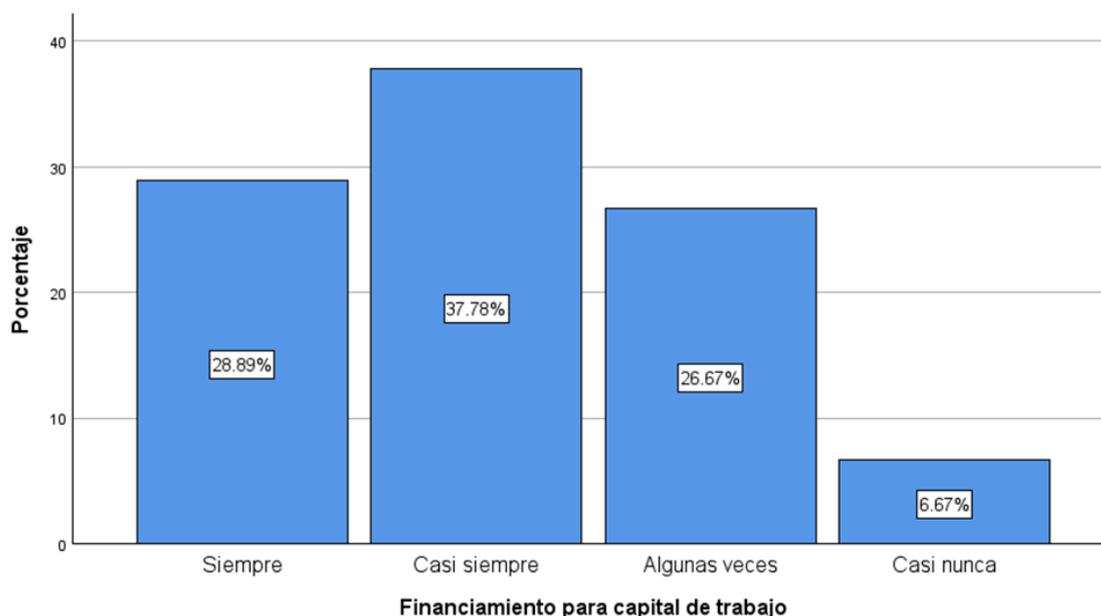
5.2.8. La pregunta Y1.1: ¿En su opinión el financiamiento del capital de trabajo se debe hacer en moneda local?

Tabla 15 Financiamiento para capital de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	13	28.9	28.9	28.9
	Casi siempre	17	37.8	37.8	66.7
	Algunas veces	12	26.7	26.7	93.3
	Casi nunca	3	6.7	6.7	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

1 Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración propia

**Figura 10** Financiamiento para capital de trabajo



Fuente: Elaboración propia

Con relación a la tabla 15 y figura 10, se encontró que el 93.33% de los encuestados (42 Gerentes y Contadores) respondieron que están de acuerdo (siempre + casi siempre + algunas veces) . Por otra parte, existe una minoría de Gerentes y Contadores que representan el 6.67% del total de encuestados que respondieron casi nunca con la preferencia del financiamiento de capital de trabajo en moneda local.

1 La mayoría de los encuestados indicaron que es muy importante el financiamiento del capital de trabajo en moneda local porque si el financiamiento fuera en moneda por ejemplo en dólares y si el tipo de cambio sube la moneda en soles se devalúa por consiguiente hay menos dinero y menos inversión en activos a su empresa.

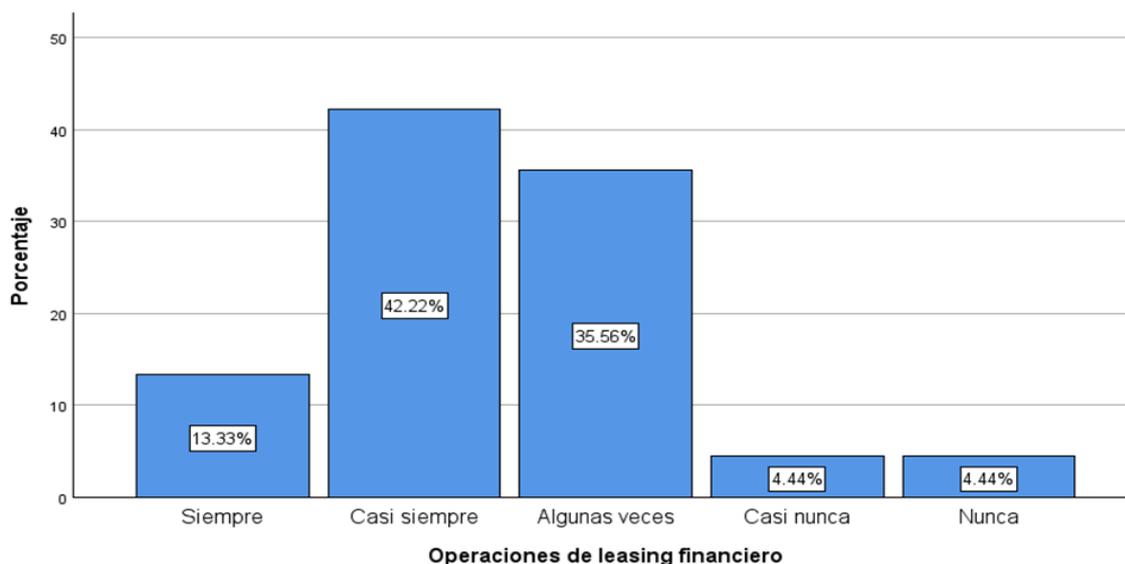
1 3.2.9. La pregunta Y1.2: ¿Cree que los plazos de las operaciones de leasing financiero deben ser los más largos posibles y en soles?

**Tabla 16** Operaciones de leasing

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	6	13.3	13.3	13.3
	Casi siempre	19	42.2	42.2	55.6
	Algunas veces	16	35.6	35.6	91.1
	Casi nunca	2	4.4	4.4	95.6
	Nunca	2	4.4	4.4	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

1 Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración propia

**Figura 11** Operaciones de leasing financiero



Fuente: Elaboración propia

Con relación a la tabla 16 y figura 11, se observó que el 42.22% de los encuestados sostiene que los plazos de las operaciones de leasing financiero casi siempre

deben ser los más largos posibles y en soles, así mismo, el 35.56% indicaron que los plazos de las operaciones de leasing financiero, Algunas veces deben ser los más largos posibles y en soles. Por otra parte, el 13.33% de los encuestados considera que los plazos de las operaciones de leasing financiero, siempre deben ser los más largos posibles y en soles. y por último el 8.88% de los encuestados indicaron que los plazos de las operaciones de leasing financiero, casi nunca y nunca deben ser lo más largos posibles y en soles.

<sup>1</sup> Este resultado se puede deducir que un gran número de encuestados Gerentes y Contadores del sector comercial de venta de artículos de oficina en Lima metropolitana señalan que las operaciones de leasing financiero deben ser los más largos posibles y en soles porque si el tiempo que brindaría la entidad financiera es más prolongado posible, le da más tiempo a la empresa para pagar sus cuotas, así no se presiona la empresa en pagar su deuda y tiene más liquidez en su empresa y en soles porque es la moneda local del país.

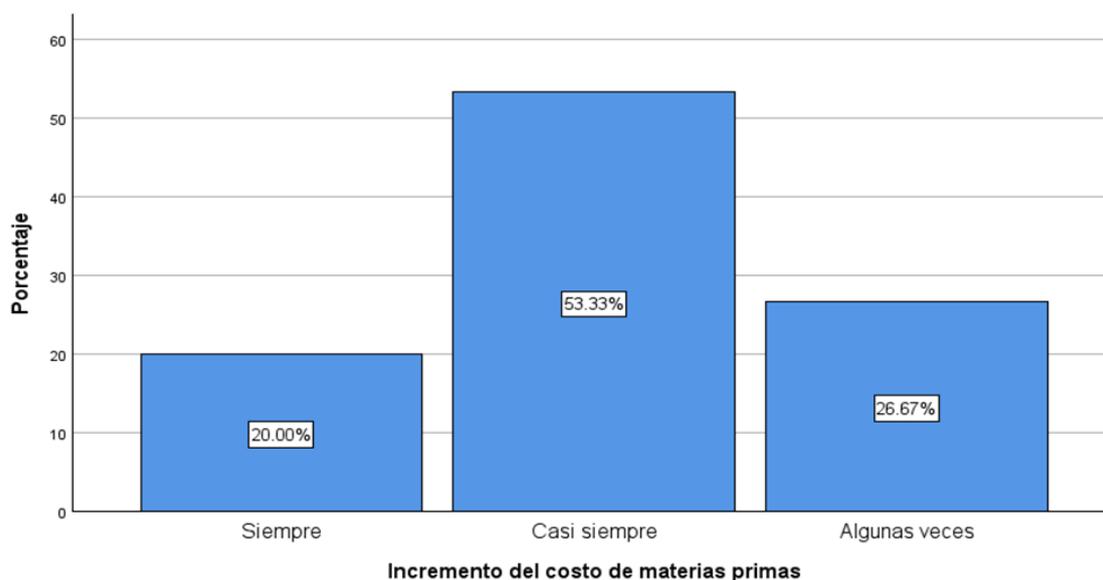
**5.2.10.**..La pregunta Y2.1:¿Considera que el incremento de los costos de las materias primas puede originarse a consecuencia de la inflación?

**Tabla 17** Incremento del costo de materias primas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	9	20.0	20.0	20.0
	Casi siempre	24	53.3	53.3	73.3
	Algunas veces	12	26.7	26.7	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración propia

**Figura 12** Incremento del costo de materias primas



1 Fuente: Elaboración propia

Con relación a la tabla 17 y figura 12, se observó que el 53.33% de los encuestados indican que el incremento de los costos de las materias primas casi siempre puede originarse a consecuencia de la inflación, así mismo, el 26.67% indicaron que el

incremento de los costos de las materias primas, algunas veces puede originarse a consecuencia de la inflación. Con respecto al 20% de los encuestados considera que el incremento de los costos de las materias primas, siempre puede originarse a consecuencia de la inflación.

Los profesionales encuestados afirmaron que el incremento de los costos de las materias primas se origina a consecuencia de la inflación porque el incremento de los precios se traduce en un efecto generalmente negativo en las empresas del país. Esto es principalmente porque el incremento de los precios afecta a los costos de producción como pueden ser las materias primas y estas finalmente derivan en unos precios finales muy elevados.

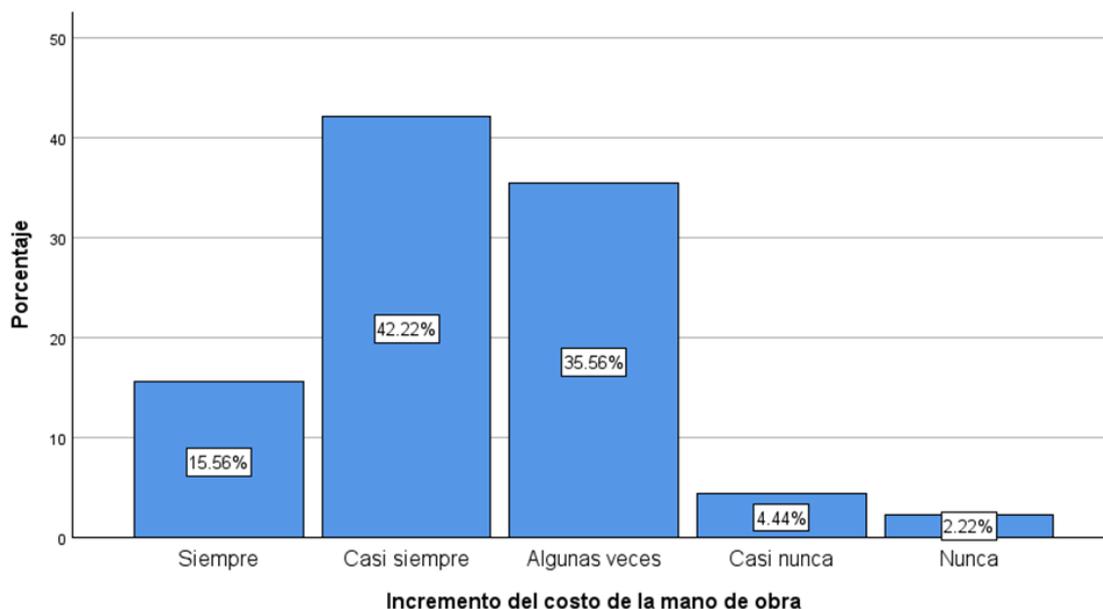
**5.2.11.** La pregunta Y2.2: ¿Considera usted que el incremento del costo de la mano de obra impacta en la rentabilidad de operación de las empresas?

**Tabla 18** Incremento del costo de la mano de obra

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	7	15.6	15.6	15.6
	Casi siempre	19	42.2	42.2	57.8
	Algunas veces	16	35.6	35.6	93.3
	Casi nunca	2	4.4	4.4	97.8
	Nunca	1	2.2	2.2	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración propia

**Figura 13** Incremento del costo de la mano de obra



1 Fuente: Elaboración propia

Con relación a la tabla 18 y figura 13, se observó que el 42.22% de los encuestados sostiene que el incremento del costo de la mano de obra casi siempre impacta en la rentabilidad de operación de las empresas comerciales de venta de artículos de oficina, así mismo, el 35.56% indicaron que el incremento del costo de la mano de obra, algunas veces impacta en la rentabilidad de operación de las empresas. En cuanto, al 15.56% de los encuestados considera que el incremento del costo de la mano de obra, siempre impactan en la rentabilidad de operación de las empresas. y por último el 6.66% de los encuestados indicaron que el incremento del costo de la mano de obra casi nunca y nunca impacta en la rentabilidad de operación de las empresas comerciales de venta de artículos de oficina.

La mayoría de profesionales afirmaron que el incremento del costo de la mano de obra impacta en la rentabilidad de operación de las empresas porque todos los pagos que la empresa realiza por todos sus trabajadores y no solo los pagos mensuales que se les brinda sino también lo que dispone la ley del país. Se

produce un incremento de costos de mano de obra debido a la inflación y además también por la escasez de mano de obra.

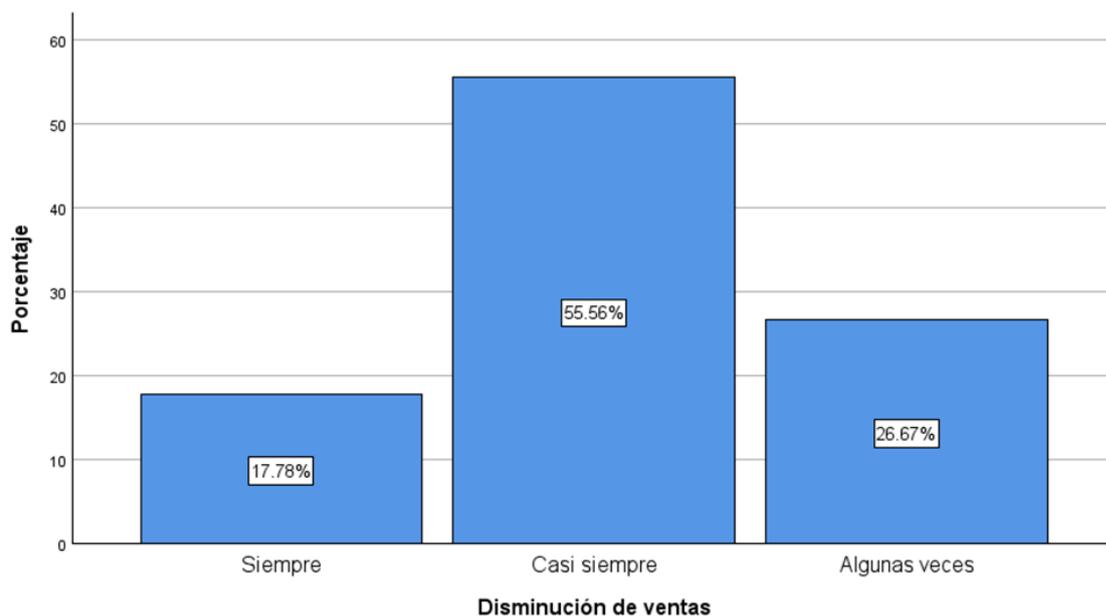
3.2.12. La pregunta Y3.1: ¿Considera usted que la disminución de ventas en el sector de ventas de útiles de oficina es por el proceso de digitalización de las empresas?

**Tabla 19** Disminución de ventas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	8	17.8	17.8	17.8
	Casi siempre	25	55.6	55.6	73.3
	Algunas veces	12	26.7	26.7	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración propia

**Figura 14** Disminución de ventas



Fuente: Elaboración propia

Con relación a la tabla 19 y figura 14, se observó que el 55.56% de los encuestados sostiene que la disminución de ventas en el sector de ventas de útiles de oficina casi siempre es por el proceso de digitalización de las empresas, así mismo, el 26.67% indicaron que la disminución de ventas en el sector de ventas de útiles de oficina algunas veces es por el proceso de digitalización de las empresas. Con respecto al 17.78% de los encuestados considera que la disminución de ventas en el sector de ventas de útiles de oficina siempre es por el proceso de digitalización de las empresas comerciales de venta de artículos de oficina.

1 Este resultado se puede deducir que un gran número de encuestados Gerentes y Contadores del sector comercial de venta de artículos de oficina en Lima metropolitana consideran que la disminución de ventas en el sector de ventas de útiles de oficina es por el proceso de digitalización de las empresas.

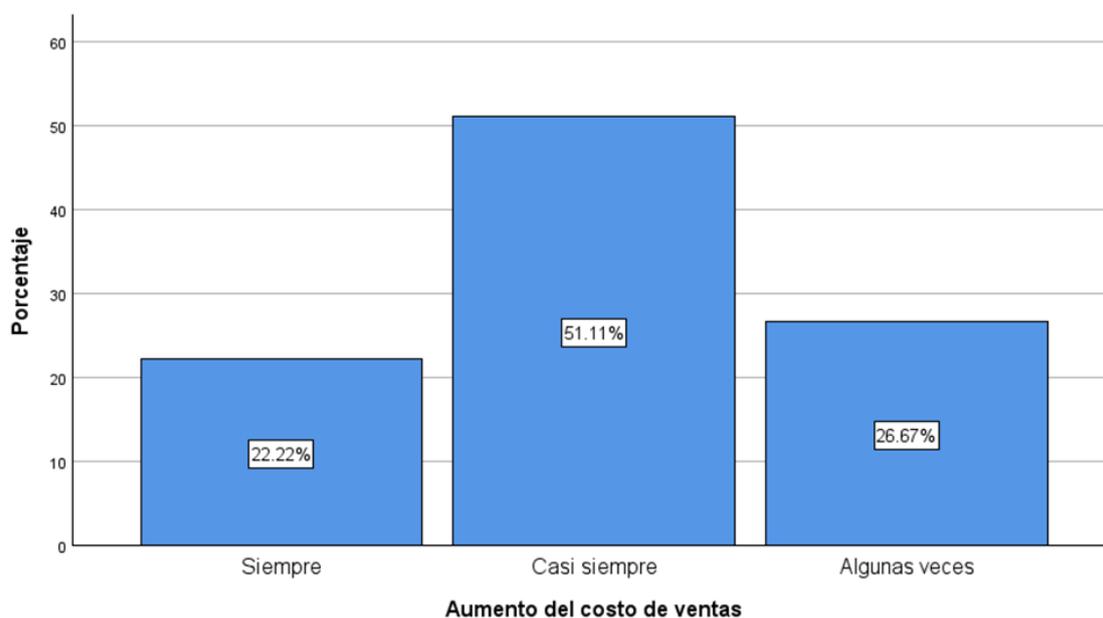
**5.2.13.** La pregunta Y3.2: ¿Cree usted que el aumento del costo de ventas incide en la reducción del margen bruto de las empresas que comercializan útiles de oficina?

**Tabla 20** Aumento del costo de ventas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	10	22.2	22.2	22.2
	Casi siempre	23	51.1	51.1	73.3
	Algunas veces	12	26.7	26.7	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración propia

**Figura 15** Aumento del costo de ventas



1 Fuente: Elaboración propia

Con relación a la tabla 20 y figura 15, se observó que el 51.11% de los encuestados sostiene que el aumento del costo de ventas casi siempre incide en la reducción del margen bruto de las empresas que comercializan útiles de oficina, así mismo, el 26.67% indicaron que el aumento del costo de ventas algunas veces incide en la reducción del margen bruto de las empresas que comercializan útiles de oficina. Por otra parte, el 22.22% de los encuestados considera que el aumento del costo de ventas siempre incide en la reducción del margen bruto de las empresas que comercializan útiles de oficina.

Los funcionarios afirmaron que el aumento del costo de ventas incide negativamente en la reducción del margen bruto de las empresas ya que el margen bruto se calcula de la venta y el costo de venta, comentaron que como los márgenes son pequeños por unidad vendida deben vender otros productos como artículos de limpieza para aumentar sus ventas y cubrir sus costos fijos.

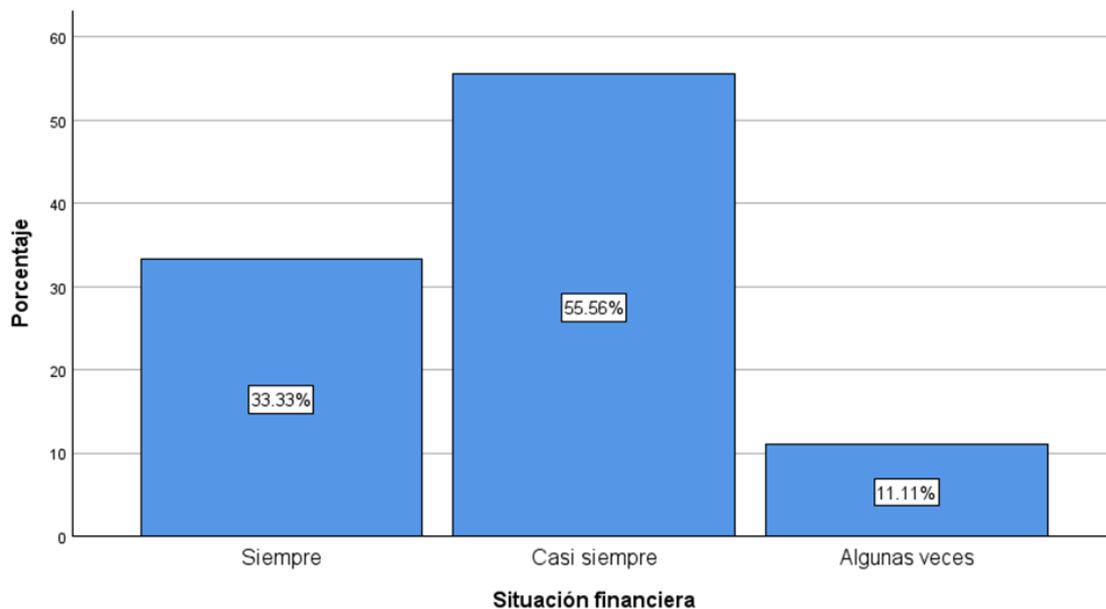
3.2.14. La pregunta Y: ¿En su opinión la situación financiera de las empresas pueden verse afectadas por el impacto de una alta tasa de inflación?

**Tabla 21** Situación financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Siempre	15	33.3	33.3	33.3
	Casi siempre	25	55.6	55.6	88.9
	Algunas veces	5	11.1	11.1	100.0
	Total	45	100.0	100.0	

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración propia

**Figura 16** Situación financiera



Fuente: Elaboración propia

Con relación a la tabla 21 y figura 16 , se observó que el 55.56% de los encuestados sostiene que opinión la situación financiera de las empresas casi siempre pueden verse afectadas por el impacto de una alta tasa de inflación, así mismo, el 33.33% indicaron que la situación financiera de las empresas siempre pueden verse afectadas por el impacto de una alta tasa de inflación. Con relación al 11.11% de los encuestados considera que la situación financiera de las empresas algunas veces puede verse afectadas por el impacto de una alta tasa de inflación.

Los gerentes encuestados afirmaron en su mayoría que cuando hay periodos de alta inflación el efectivo y las cuentas por cobrar pierden valor en tanto no aumente su rotación, razón por la cual los empresarios tratan de tener el nivel de efectivo necesario y vender al crédito en plazos que no excedan los 30 días.

### <sup>1</sup> 3.3. Contrastación de Hipótesis

En nuestro trabajo de investigación, para contrastar las hipótesis planteadas en la sección 3.1,<sup>1</sup> se aplicó la distribución Chi cuadrado de Pearson, como se indicó arriba. La distribución Chi cuadrado es una herramienta apropiada en este estudio debido a que las variables la inflación y la situación financiera en estudio<sup>1</sup> son cualitativas y tienen respuestas nominales, ordinales en orden de jerarquía, desde nunca a siempre.

Concretamente se siguió el procedimiento general de una prueba de hipótesis y la decisión se optó siguiendo el método tradicional, con verificación del uso del método de valor de la probabilidad p comparado con el valor del nivel de significancia  $\alpha = 0.05$ .

En general, la hipótesis nula  $H_0$  que queremos contrastar sustenta que existe independencia (no existe asociación de dependencia) entre las variables en estudio versus la hipótesis alternativa  $H_1$  que afirma que no existe independencia (i.e. existe asociación de dependencia) entre las variables.

De acuerdo con el orden de las hipótesis planteadas en la sección 3.1 iniciamos con la contrastación de las hipótesis específicas.

### 1 3.3.1. Hipótesis Específicas (a)

**Paso 1:** Planteamos la hipótesis Nula  $H_0$  y su Alternativa  $H_1$

**$H_0$  :** La tasa de interés de referencia no incide en el nivel de endeudamiento de las empresas comerciales de ventas de artículos de oficina en Lima Metropolitana.

**$H_1$  :** La tasa de interés de referencia si incide en el nivel de endeudamiento de las empresas comerciales de ventas de artículos de oficina en Lima Metropolitana.

**Paso 2:** Elegimos el nivel de significancia  $\alpha = 0.05$  y el estadístico de prueba Chi cuadrado.

$$\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

donde  $r = 5$  número de filas y  $c = 5$  número de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan  $5 \times 5 = 25$  celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable.

**Paso 3:** Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrado calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la Tabla 22.

**Tabla 22 :** Hipótesis Específica (a)

**Resumen de procesamiento de casos**

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
TASA DE INTERÉS DE REFERENCIA ( X1 ) * NIVEL DE ENDEUDAMIENTO ( Y1 )	45	100.0%	0	0.0%	45	100.0%

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración por SPSS 28.

**Tabla 23.** <sup>24</sup> La tasa de interés de referencia incide en el nivel de endeudamiento.

**Tabla cruzada TASA DE INTERÉS DE REFERENCIA ( X1 ) \* NIVEL DE ENDEUDAMIENTO ( Y1 )**

			NIVEL DE ENDEUDAMIENTO ( Y1 )				Total
			Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	
TASA DE INTERÉS DE REFERENCIA ( X1 )	Casi nunca	Recuento	1	0	0	0	1
		Recuento esperado	.1	.3	.4	.3	1.0
	Algunas veces	Recuento	2	6	0	0	8
		Recuento esperado	.5	2.1	3.0	2.3	8.0
	Casi siempre	Recuento	0	6	12	0	18
		Recuento esperado	1.2	4.8	6.8	5.2	18.0
	Siempre	Recuento	0	0	5	13	18
		Recuento esperado	1.2	4.8	6.8	5.2	18.0
Total	Recuento	3	12	17	13	45	
	Recuento esperado	3.0	12.0	17.0	13.0	45.0	

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración por SPSS 28.

Reemplazando la información mostrada en la fórmula del estadístico de prueba, se obtiene lo siguiente:

$$X^2_{(\text{calculado})} = \frac{(1 - 0.1)^2}{0.1} + \frac{(0 - 0.03)^2}{0.3} + \frac{(0 - 0.4)^2}{0.4} + \dots + \frac{(13 - 5.2)^2}{5.2} = 62.62$$

**Tabla 24** Prueba Chi Cuadrado de Hipótesis (a).

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	59.228 <sup>a</sup>	9	<.001
Razón de verosimilitud	60.170	9	<.001
Asociación lineal por lineal	32.859	1	<.001
N de casos válidos	45		

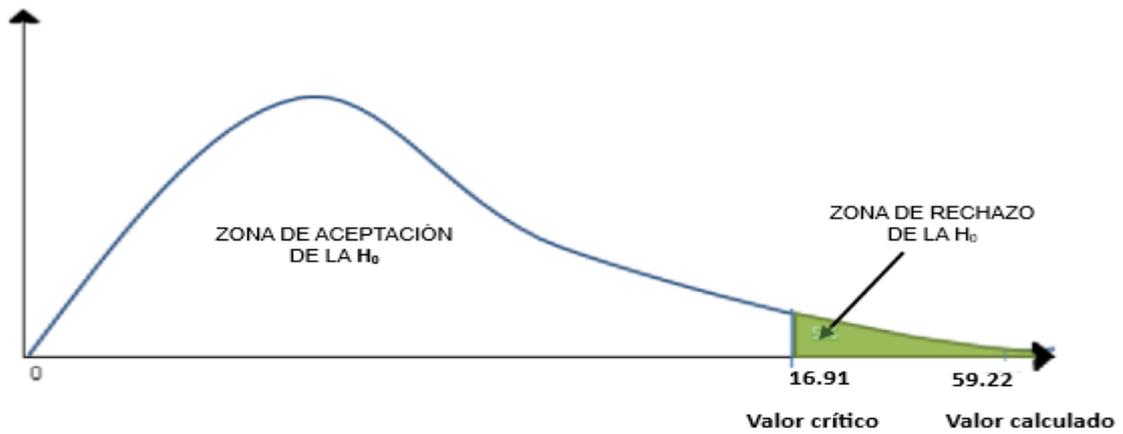
a. 12 casillas (75.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .07.

Fuente: Elaboración por SPSS 28

#### **1** Paso 4. Decisión

De los resultados en el Paso 3 de la Chi cuadrado calculada y la Chi cuadrado teórico de Tablas, se observa que es  $X^2_{\text{calculado}} = 59.228 > X^2_{(9; 0.05)} = 16.91$  entonces la hipótesis nula cae en la región de rechazo.

**Figura 17:** Prueba Chi Cuadrado de Hipótesis Específica (a).

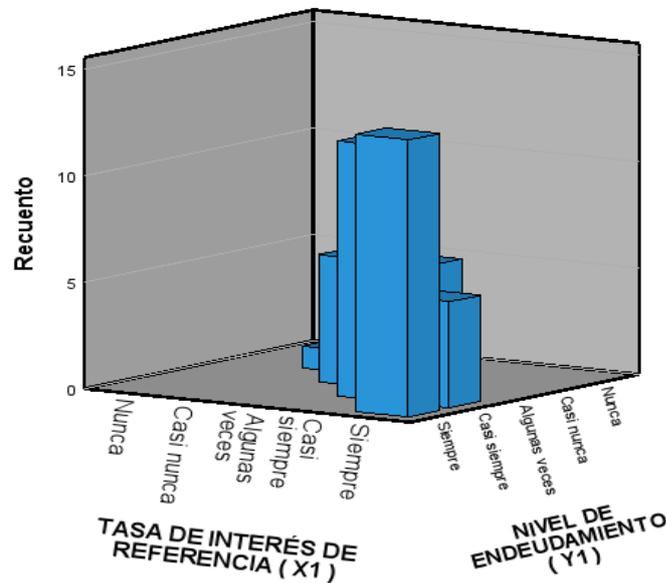


Fuente: Elaboración propia

#### **1 Paso 5:** Conclusión e interpretación

Si la hipótesis nula  $H_0$  es falsa (rechazar) entonces la Hipótesis alternativa  $H_1$  es verdadera (aceptar). Es decir, existe sustento y evidencia que indica que la tasa de interés de referencia si incide en el nivel de endeudamiento de las empresas comerciales de ventas de artículos de oficina en Lima Metropolitana.

**Figura 18.** La tasa de interés de referencia <sup>17</sup> incide en el nivel de endeudamiento de las empresas comerciales de ventas de artículos de oficina en Lima Metropolitana.



Fuente: Elaboración por SPSS 28.

De acuerdo con la figura 18, se observó que 36 encuestados consideran siempre y casi siempre la tasa de interés de referencia y algunas veces 8 de los encuestados y 1 casi nunca. Por otra parte, 17 de los encuestados casi siempre consideraron el nivel de endeudamiento así mismo 13 encuestados respondieron siempre, algunas veces 12 de los encuestados y 3 casi nunca.

### <sup>1</sup> 3.3.2. Hipótesis Específicas (b)

**Paso 1:** Planteamos la hipótesis Nula  $H_0$  y su Alternativa  $H_1$

$H_0$  : El aumento de precios de commodities no incide en los costos de producción de las empresas comerciales de ventas de artículos de oficina <sup>1</sup> en Lima Metropolitana.

H1 : El aumento de precios de commodities si incide en los costos de producción de las empresas comerciales de ventas de artículos de oficina en Lima Metropolitana.

**Paso 2:** Elegimos el nivel de significancia  $\alpha = 0.05$  y el estadístico de prueba Chi cuadrado.

$$\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

donde  $r = 5$  número de filas y  $c = 5$  número de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan  $5 \times 5 = 25$  celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable.

**Paso 3:** Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrado calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la Tabla 25.

**Tabla 25 :** Hipótesis Específica (b)

	Resumen de procesamiento de casos					
	Válido		Casos Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
AUMENTO DE PRECIOS DE COMMODITIES (X2) * COSTOS DE PRODUCCIÓN (Y2)	45	100.0%	0	0.0%	45	100.0%

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración por SPSS 28.

**Tabla 26.** El aumento de precios de commodities incide en los costos de producción.

**Tabla cruzada AUMENTO DE PRECIOS DE COMMODITIES ( X2 ) \* COSTOS DE PRODUCCIÓN ( Y2 )**

			COSTOS DE PRODUCCIÓN ( Y2 )				Total
			Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	
AUMENTO DE PRECIOS DE COMMODITIES ( X2 )	Nunca	Recuento	1	0	0	0	1
		Recuento esperado	.0	.2	.5	.2	1.0
	Casi nunca	Recuento	0	2	0	0	2
		Recuento esperado	.0	.5	1.1	.4	2.0
	Algunas veces	Recuento	0	9	1	0	10
		Recuento esperado	.2	2.4	5.3	2.0	10.0
	Casi siempre	Recuento	0	0	18	0	18
		Recuento esperado	.4	4.4	9.6	3.6	18.0
	Siempre	Recuento	0	0	5	9	14
		Recuento esperado	.3	3.4	7.5	2.8	14.0
	Total	Recuento	1	11	24	9	45
		Recuento esperado	1.0	11.0	24.0	9.0	45.0

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración por SPSS 28.

Reemplazando la información mostrada en la fórmula del estadístico de prueba, se obtiene lo siguiente:

$$X^2_{(calculado)} = \frac{(1 - 0)^2}{0} + \frac{(0 - 0.2)^2}{0.2} + \frac{(0 - 0.5)^2}{0.5} + \dots + \frac{(9 - 2.8)^2}{2.8} = 107.532$$

**Tabla 27** Prueba Chi Cuadrado de Hipótesis (b)

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	107.532 <sup>a</sup>	12	<.001
Razón de verosimilitud	72.998	12	<.001
Asociación lineal por lineal	35.081	1	<.001
N de casos válidos	45		

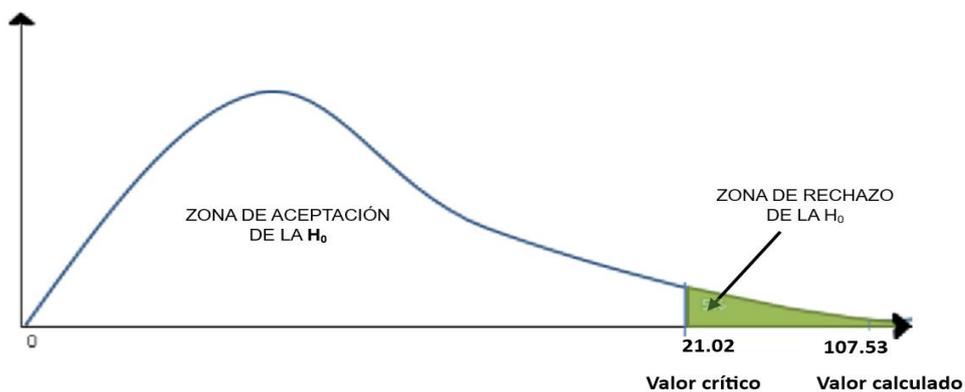
a. 17 casillas (85.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .02.

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración por SPSS 28

**1** Paso 4. Decisión

De los resultados en el Paso 3 de la Chi cuadrado calculada y la Chi cuadrado teórico de Tablas, se observa que es  $X^2_{\text{calculado}} = 107.532 > X^2_{(12; 0.05)} = 21,0261$  entonces la hipótesis nula cae en la región de rechazo.

**Figura 19:** Prueba Chi Cuadrado de Hipótesis Específica (b).

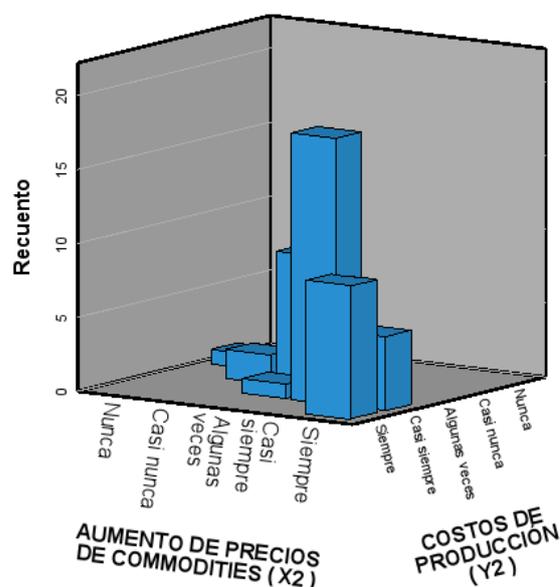


**1** Fuente: Elaboración propia

## Paso 5. Conclusión

Si la hipótesis nula  $H_0$  es falsa (rechazar) entonces la Hipótesis alternativa  $H_1$  es verdadera (aceptar). Es decir, existe sustento y evidencia que indica que el aumento de precios de commodities si incide en los costos de producción de las empresas comerciales de ventas de artículos de oficina en Lima Metropolitana.

**Figura 20.** El aumento de precios de commodities incide en los costos de producción de las empresas comerciales de ventas de artículos de oficina en Lima Metropolitana.



Fuente: Elaboración por SPSS 28

De acuerdo con la figura 20, se observó que 18 encuestados consideran casi siempre el aumento de precios de commodities, siempre 14 de los encuestados, algunas veces 10 de los encuestados, casi nunca y nunca 3 de los encuestados. Por otra parte, 24 de los encuestados casi siempre consideran el costo de producción así mismo 9 encuestados respondieron siempre, algunas veces 11 de los encuestados y 1 casi nunca.

### 3.3.3. Hipótesis Específicas ( c )

**Paso 1:** Planteamos la hipótesis Nula H0 y su Alternativa H1.

**H<sub>0</sub>:** El incremento de los costos de importación no incide en la reducción del margen bruto de las empresas comerciales de artículos de oficina de Lima Metropolitana.

**H<sub>1</sub>:** El incremento de los costos de importación si incide en la reducción del margen bruto de las empresas comerciales de artículos de oficina de Lima Metropolitana.

**Paso 2:** Elegimos el nivel de significancia  $\alpha = 0.05$  y el estadístico de prueba Chi cuadrado.

$$\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

donde  $r = 5$  número de filas y  $c = 5$  número de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan  $5 \times 5 = 25$  celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable.

**Paso 3:** Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrado calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la Tabla 28.

**Tabla 28:** Hipótesis Específica (c)

**Resumen de procesamiento de casos**

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
INCREMENTO DE LOS COSTOS DE IMPORTACIÓN (X3) * REDUCCIÓN DEL MARGEN BRUTO (Y3)	45	100.0%	0	0.0%	45	100.0%

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración por SPSS 28.

**Tabla 29.** El incremento de los costos de importación incide en la reducción del margen bruto.

**Tabla cruzada INCREMENTO DE LOS COSTOS DE IMPORTACIÓN ( X3 )\*REDUCCIÓN DEL MARGEN BRUTO ( Y3 )**

			REDUCCIÓN DEL MARGEN BRUTO (Y3)			Total
			Algunas veces	Casi siempre	Siempre	
INCREMENTO DE LOS COSTOS DE IMPORTACIÓN (X3)	Nunca	Recuento	1	0	0	1
		Recuento esperado	.3	.5	.2	1.0
	Algunas veces	Recuento	8	0	0	8
		Recuento esperado	2.1	4.1	1.8	8.0
	Casi siempre	Recuento	3	8	0	11
		Recuento esperado	2.9	5.6	2.4	11.0
	Siempre	Recuento	0	15	10	25
		Recuento esperado	6.7	12.8	5.6	25.0
Total	Recuento	12	23	10	45	
	Recuento esperado	12.0	23.0	10.0	45.0	

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración por SPSS 28.

Reemplazando la información mostrada en la fórmula del estadístico de prueba, se obtiene lo siguiente:

$$X^2_{(calculado)} = \frac{(1 - 0.3)^2}{0.3} + \frac{(0 - 0.5)^2}{0.5} + \frac{(0 - 0.2)^2}{0.2} + \dots + \frac{(10 - 5.6)^2}{5.6} = 38.810$$

**Tabla 30** Prueba Chi Cuadrado de Hipótesis (c)

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	38.810 <sup>a</sup>	6	<.001
Razón de verosimilitud	46.136	6	<.001
Asociación lineal por lineal	24.940	1	<.001
N de casos válidos	45		

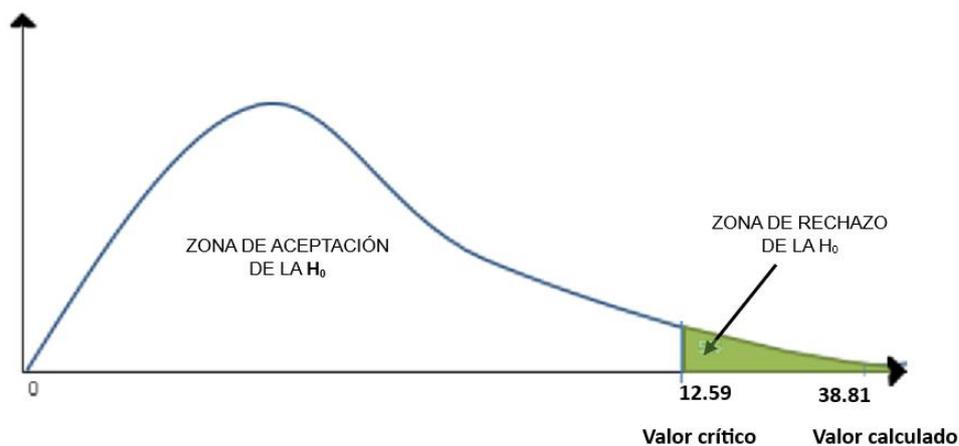
a. 8 casillas (66.7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .22.

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración por SPSS 28

**1** Paso 4. Decisión

De los resultados en el Paso 3 de la Chi cuadrado calculada y la Chi cuadrado teórico de Tablas, se observa que es  $X^2_{\text{calculado}} = 38.810 > X^2_{(6; 0.05)} = 12,5916$  entonces la hipótesis nula cae en la región de rechazo.

**Figura 21:** Prueba Chi Cuadrado de Hipótesis Específica ( c )

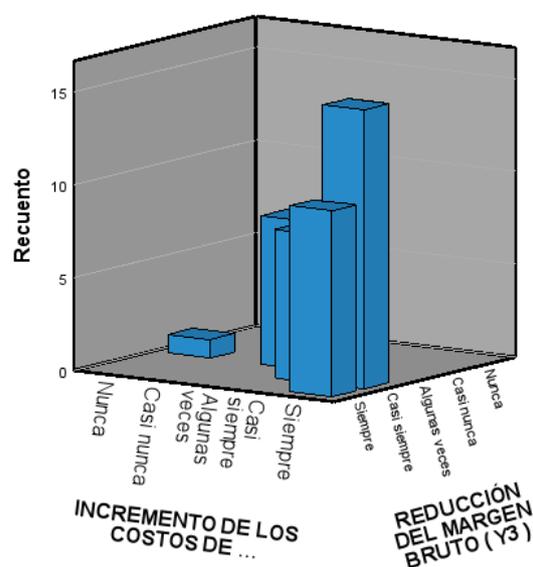


**1** Fuente: Elaboración propia

## Paso 5. Conclusión

Si la hipótesis nula  $H_0$  es falsa (rechazar) entonces la Hipótesis alternativa  $H_1$  es verdadera (aceptar). Es decir, existe sustento y evidencia que indica que el incremento de los costos de importación si incide en la reducción del margen bruto de las empresas comerciales de artículos de oficina de Lima Metropolitana.

**Figura 22.** El incremento de los costos de importación incide en la reducción del margen bruto de las empresas comerciales de artículos de oficina de Lima Metropolitana.



Fuente: Elaboración por SPSS 28

De acuerdo con la figura 22, se observó que 25 encuestados consideran siempre incremento de los costos de importación, casi siempre 11 de los encuestados algunas veces 8 de los encuestados y 1 casi nunca. Por otra parte, 23 de los encuestados casi siempre consideran la reducción del margen bruto así mismo 12 encuestados respondieron algunas veces y 9 siempre.

### 5.3.4. <sup>1</sup> Hipótesis General

**Paso 1:** Planteamos la hipótesis Nula H0 y su Alternativa H1.

**H<sub>0</sub>:** La inflación no incide en la situación financiera de las empresas comerciales de artículos de oficina de Lima Metropolitana.

**H<sub>1</sub>:** La inflación si incide en la situación financiera de las empresas comerciales de artículos de oficina de Lima Metropolitana.

**Paso 2:** <sup>1</sup> Elegimos el nivel de significancia  $\alpha = 0.05$  y el estadístico de prueba Chi cuadrado.

$$\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

donde  $r = 5$  número de filas y  $c = 5$  número de columnas en la Tabla de contingencia, formada por las alternativas de respuestas de las variables, que en este caso resultan  $5 \times 5 = 25$  celdas, escala Likert de 5 alternativas por cada variable.

**Paso 3:** Cálculo del estadístico de prueba Chi cuadrado calculado.

La evidencia que sustenta el cálculo del estadístico de prueba, para ejecutar la prueba de hipótesis, es la información recolectada mediante la encuesta, cuyas respuestas han sido tabuladas en la Tabla 15.

**Tabla 31:** Hipótesis General

**Resumen de procesamiento de casos**

	Válido		Casos Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
	INFLACIÓN (X) * SITUACIÓN FINANCIERA (Y)	45	100.0%	0	0.0%	45

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración por SPSS 28.

**Tabla 32.** La inflación incide en la situación financiera de las empresas comerciales de artículos de oficina de Lima Metropolitana.

**Tabla cruzada INFLACIÓN ( X ) \* SITUACIÓN FINANCIERA ( Y )**

			SITUACIÓN FINANCIERA ( Y )				Total
			Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	
INFLACIÓN ( X )	Nunca	Recuento	1	0	0	0	1
		Recuento esperado	.0	.2	.5	.2	1.0
	Casi nunca	Recuento	1	0	0	0	1
		Recuento esperado	.0	.2	.5	.2	1.0
	Algunas veces	Recuento	0	8	0	0	8
		Recuento esperado	.4	1.8	4.3	1.6	8.0
	Casi siempre	Recuento	0	2	19	0	21
		Recuento esperado	.9	4.7	11.2	4.2	21.0
	Siempre	Recuento	0	0	5	9	14
		Recuento esperado	.6	3.1	7.5	2.8	14.0
Total		Recuento	2	10	24	9	45
		Recuento esperado	2.0	10.0	24.0	9.0	45.0

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración por SPSS 28.

Reemplazando la información mostrada en la fórmula del estadístico de prueba, se obtiene lo siguiente:

$$X^2_{(calculado)} = \frac{(1 - 0)^2}{0} + \frac{(0 - 0.2)^2}{0.2} + \frac{(0 - 0.5)^2}{0.5} + \dots + \frac{(9 - 2.8)^2}{2.8} = 101.36$$

**Tabla 33** Prueba Chi Cuadrado de Hipótesis General

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	101.366 <sup>a</sup>	12	<.001
Razón de verosimilitud	70.221	12	<.001
Asociación lineal por lineal	34.964	1	<.001
N de casos válidos	45		

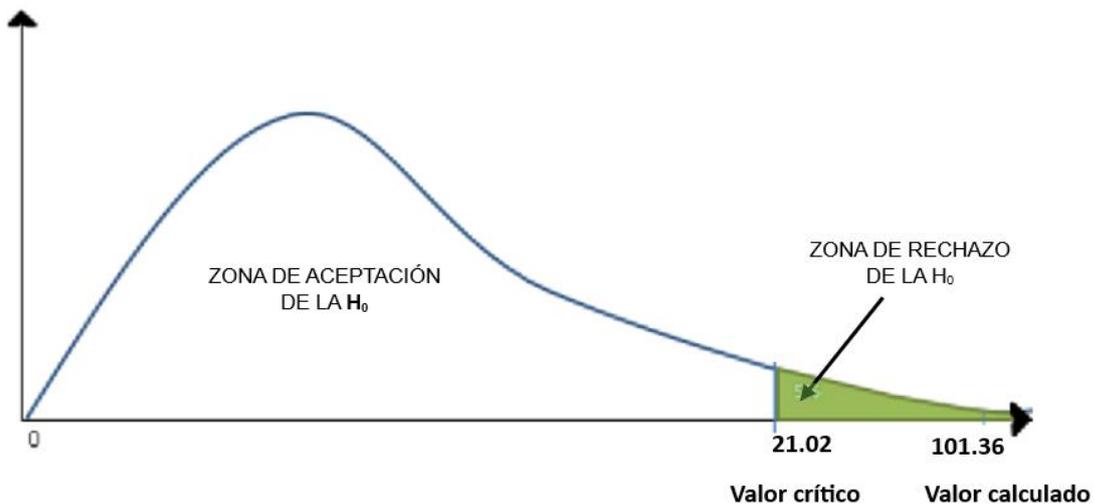
a. 18 casillas (90.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .04.

Fuente: Gerentes y Contadores  
Elaboración por SPSS 28

**1** Paso 4. Decisión

De los resultados en el Paso 3 de la Chi cuadrado calculada y la Chi cuadrado teórico de Tablas, se observa que es  $X^2_{\text{calculado}} = 101.36 > X^2_{(12; 0.05)} = 21,0261$  entonces la hipótesis nula cae en la región de rechazo.

**Figura 23:** Prueba Chi Cuadrado de Hipótesis General

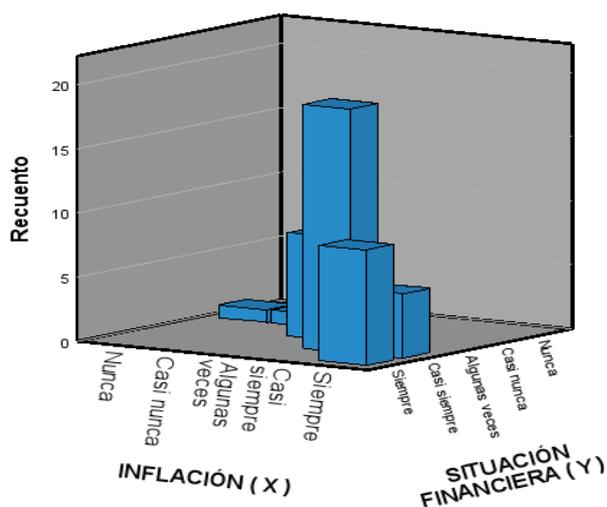


Fuente: Elaboración propia

## 1 Paso 5. Conclusión

Si la hipótesis nula  $H_0$  es falsa (rechazar) entonces la Hipótesis alternativa  $H_1$  es verdadera (aceptar). Es decir, existe sustento y evidencia que indica que la inflación incide en la situación financiera de las empresas comerciales de artículos de oficina de Lima Metropolitana.

**Figura 24.** La inflación incide en la situación financiera de las empresas comerciales de artículos de oficina de Lima Metropolitana.



Fuente: Elaboración por SPSS 28

De acuerdo con la figura 24, se observó que 21 encuestados consideran casi siempre la inflación, siempre 14 de los encuestados, algunas veces 8 de los encuestados, 2 casi nunca y nunca. Por otra parte, 24 de los encuestados casi siempre consideran la situación financiera así mismo 10 encuestados respondieron algunas veces, siempre 9 de los encuestados, 2 casi nunca.

## **CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1 Discusión**

En el presente trabajo de investigación correspondiente a “LA INFLACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE VENTA DE ARTÍCULOS DE OFICINA EN LIMA METROPOLITANA 2021-2022”, se encontraron los siguientes hallazgos:

Con relación a la variable independiente: “La inflación”.

- a) Cuando el país enfrenta altas tasas de inflación, los empresarios de venta de útiles de oficina expresaron su preocupación pues se reducen las ventas, baja la rentabilidad, y muchas veces tienen problemas de liquidez. Manifestaron que también enfrentan la competencia de la informalidad, por lo cual se ven obligados a ofrecer otros productos diferentes a los de útiles de oficina como son artículos para limpieza para cubrir sus costos fijos.

b) Se demostró que la disminución de la tasa de referencia es una variable que los empresarios de este sector les preocupa, pues las instituciones financieras incrementan sus tasas activas para préstamos, costos financieros que afectan la rentabilidad antes del impuesto a la renta.

c) Los empresarios de este sector no entienden en un contexto general porque es que el aumento internacional de los commodities afectan los costos de los productos, sin embargo, el commodity que más le preocupa es el petróleo, pues cuando atienden pedidos a empresas, el costo del flete se incrementa.

Los hallazgos mencionados guardan relación con la tesis de Laurante,<sup>39</sup> L. (2021) titulada “Modelamiento econométrico de la inflación en el Perú, período 2000-2019”,<sup>1</sup> para obtener el grado académico de Maestro en Informática en la Universidad Nacional del Altiplano, señala que la inflación es como un impuesto injusto que afecta a las empresas que facturan en soles y a los ahorristas que cobran como rentabilidad una tasa de interés menor a la tasa de inflación.

Con relación a la variable dependiente “Situación financiera”:

a) Los empresarios señalaron que es importante el financiamiento del capital de trabajo en moneda local porque así las empresas de este sector no tienen que tomar endeudamiento con instituciones financieras a tasas de interés muy altas que puede poner en riesgo su salud financiera.

b) Se demostró la preocupación de los empresarios por el incremento de

los costos de las materias primas vinculadas a la fabricación del papel, un insumo muy utilizado en la industria de fabricación de útiles de oficina.

c) Se ha comprobado que el aumento del costo de ventas afecta el margen bruto de las empresas que venden útiles de oficina, debido a que el margen bruto por unidad son pequeños y necesitan vender volumen para poder cubrir sus costos fijos y por ende aumentar su rentabilidad.

Los hallazgos mencionados guardan relación con la tesis de <sup>1</sup>Agüero, C., Alvarez, A., Castillo, L y Vargas, E. (2021). titulada “El capital de trabajo y su efecto en la rentabilidad de las empresas que cotizan en la bolsa de valores de Lima (BVL): Un análisis trimestral por sectores en el periodo 2010 - 2019”, <sup>1</sup>para obtener el grado académico de Maestro en Administración de Negocios en la Universidad Esan, quien señala que: financiamiento del capital de trabajo, el incremento <sup>59</sup>de los costos de las materias primas, aumento del costo de ventas son fundamentales en la situación financiera de las empresas de artículos de oficina, para garantizar un crecimiento sano desde una perspectiva financiera.

## 6.2 Conclusiones

Habiendo tabulado toda la data del presente trabajo de investigación se plantea las siguientes conclusiones:

a) La tasa de interés de referencia incide en el nivel de endeudamiento, debido a que los incrementos aprobados por el Banco Central de Reserva del Perú aumentarán la tasa efectiva para nuevos préstamos o habrá el efecto contrario en caso se reduzca.

b) El aumento de precios de commodities incide en los costos de producción, debido a que muchos de estos productos con cotización internacional son materia prima o materiales directos de la fabricación de útiles de oficina.

c) El incremento de los costos de importación incide en la reducción del margen bruto, debido a que si existe fuerte competencia en el sector de comercio de bienes difícilmente se podrá incrementar los precios de lista al público.

d) Finalmente se concluye que la inflación incide en la situación financiera de las empresas comerciales de venta de artículos de oficina en Lima Metropolitana, 2021-2022, debido a que mayor valor de activos corrientes, estos pierden valor cuando mayor es la tasa de inflación.

### 1 0.3. Recomendaciones

Después de haber evaluado la contratación de hipótesis y las conclusiones se plantean las siguientes recomendaciones:

- a) Evaluar la mejor estructura de financiamiento en soles para periodos donde <sup>48</sup> la tasa de interés de referencia esté al alza por estrategia del Banco Central de Reserva para controlar la inflación, con la finalidad de evitar un alto nivel de apalancamiento financiero en épocas de alta inflación que se caracteriza también por la caída de las ventas.
- b) Tener una lista de precio para cada segmento de clientes, minoristas, mayoristas, librerías u otros con la finalidad de tener el mayor precio promedio para atenuar cualquier incremento en los costos de compra de los útiles de oficina.
- c) Evaluar la posibilidad de comercializar útiles de oficina que no tengan componente importado o su participación en el portafolio sea reducido para evitar perder margen bruto ya que en este mercado de útiles de oficina también existe la informalidad.
- d) Finalmente se recomienda que las empresas comerciales de venta de artículos de oficina, en épocas de alta inflación en el país, no tengan exceso de efectivo en sus cuentas bancarias ni altos niveles de inventarios, <sup>54</sup> con el objetivo de obtener la mayor rentabilidad a nivel de operación.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abanto, M. (2012). Normas Internacionales de Contabilidad 2012. NIC, NIIF, SIC , CINIIF (1er ed.). Editorial El Búho E.I.R.L. Recuperado en : [https://es.scribd.com/doc/130480618/002-Normas-Internacionales-de-Contabilidad-2012?irclid=3pKSuqw9CxyPR8f2-nUKKxSDUkFUT9zub0EQ2I0&irpid=2334778&utm\\_source=impact&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=affiliate\\_pdm\\_acquisition\\_Linkbux&sharedid=https%3A%2F%2Fwww.yieldkit.com%2F&irgwc=1#](https://es.scribd.com/doc/130480618/002-Normas-Internacionales-de-Contabilidad-2012?irclid=3pKSuqw9CxyPR8f2-nUKKxSDUkFUT9zub0EQ2I0&irpid=2334778&utm_source=impact&utm_medium=cpc&utm_campaign=affiliate_pdm_acquisition_Linkbux&sharedid=https%3A%2F%2Fwww.yieldkit.com%2F&irgwc=1#)

Agüero, C., Alvarez, A., Castillo, L y Vargas, E. (2021). El capital de trabajo y su efecto en la rentabilidad de las empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima (BVL): Un análisis trimestral por sectores en el periodo 2010-2019[Tesis de Maestría Finanzas, Universidad Esan]. Repositorio Académico de la Universidad Esan:

[https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/2310/2021\\_MAF\\_18-2\\_01\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/2310/2021_MAF_18-2_01_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Alvares, J. (2017). Estrategias para la Formulación de Estados Financieros. (1er ed.). Editorial Instituto PACÍFICO S.A.C. Recuperado en : [https://www.sancristoballibros.com/libro/estrategias-para-la-formulacion-de-estados-financieros\\_77513](https://www.sancristoballibros.com/libro/estrategias-para-la-formulacion-de-estados-financieros_77513)

Anaya, H. (2018). El estado de situación financiera. *Análisis Financiero Aplicado, bajo NIIF 16* (16th ed.). Editorial Universidad Externado de Colombia. Recuperado en : <https://doi.org/10.2307/j.ctv1dp0wtc.7>

Bermúdez, E. (2018). “Tipo de cambio e inflación en el Perú” [Tesis de titulación en Economía]. Repositorio Académico de la Universidad de Trujillo:

<https://dspace.unitru.edu.pe/server/api/core/bitstreams/0e2044d8-489f-438a-bda5-27e5fdc5489c/content>

Blacutt, M. (2021). El desarrollo local complementario. (1er ed.). Editorial Bunniestudios. Recuperado en:

[https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/03DC765872D5CCA305257E1F005C5865/\\$FILE/1\\_pdfsam\\_1252.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/03DC765872D5CCA305257E1F005C5865/$FILE/1_pdfsam_1252.pdf)

Blanco, P. (2017). "Ajuste por inflación - impacto en los Estados financieros y cálculo de impuestos Caso Bodega Esmeralda S.A.", [Tesis de Maestría en Administración de empresas, Universidad de Torcuato Di Tella]. Repositorio Académico de la Universidad de Torcuato Di Tella: <https://repositorio.utdt.edu/handle/20.500.13098/11136>

Floyd, A. (2022). Cómo Sobrevivir la Inflación (1er ed.). Editorial Floyd Austin. Recuperado en:

[https://www.google.com.pe/books/edition/C%C3%B3mo\\_Sobrevivir\\_la\\_Inflaci%C3%B3n/CHJ5EAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=La+inflaci%C3%B3n+es+la+tasa+a+la+que+una+moneda+experimenta+una+disminuci%C3%B3n+de+su+poder+adquisitivo.+En+la+mayor%ADa+de+las+econom%ADas+se+produce+a+l+o+largo+de+un+periodo+prolongado&pg=PT9&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/C%C3%B3mo_Sobrevivir_la_Inflaci%C3%B3n/CHJ5EAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=La+inflaci%C3%B3n+es+la+tasa+a+la+que+una+moneda+experimenta+una+disminuci%C3%B3n+de+su+poder+adquisitivo.+En+la+mayor%ADa+de+las+econom%ADas+se+produce+a+l+o+largo+de+un+periodo+prolongado&pg=PT9&printsec=frontcover)

García, M. y Jordà , J. (2004). Dirección financiera (1er ed.). Ediciones de la Universidad Politécnica de Catalunya. Recuperado en: [https://www.google.com.pe/books/edition/Direcci%C3%B3n\\_financiera/vnt1fif](https://www.google.com.pe/books/edition/Direcci%C3%B3n_financiera/vnt1fif)

Gitman, L. y Zutter, C. (2012). Principios de administración financiera (12va ed.). Editorial Pearson. Recuperado en : [https://www.academia.edu/28488202/1\\_Principios\\_de\\_Administracion\\_Financiera\\_12edi\\_Gitman\\_pdf](https://www.academia.edu/28488202/1_Principios_de_Administracion_Financiera_12edi_Gitman_pdf)

Mankiw, N. (2020). Principios de Macroeconomía. (6ta ed.). Editorial Cengage learning. Recuperado en: <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/bd2711c3969d92b67fcf71d844bcbaed.pdf>

Hazlitt, H. (2021). *Lo que debemos saber sobre la inflación* (1er ed.). Unión Editorial Argentina. Recuperado en:

file:///C:/Users/grise.DESKTOPPUV4LD6/Downloads/Henry%20Hazlitt,%20Lo%20que%20debemos%20saber%20sobre%20inflaci%C3%B3n%20-%20cl%20v%20electr%C3%B3nica%20(5).pdf

Horngren, C., Foster, G. y Datar, S. (2007). *Contabilidad de costos un enfoque gerencial* (12va ed.). Editorial México: Pearson Educación. Recuperado en :  
[https://www.google.com.pe/books/edition/CONTABILIDAD\\_DE\\_COSTOS\\_UN\\_ENFOQUE\\_GERENC/zDCb9fDzN-gC?hl=es&gbpv=1&dq=margen+bruto&pg=PA79&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/CONTABILIDAD_DE_COSTOS_UN_ENFOQUE_GERENC/zDCb9fDzN-gC?hl=es&gbpv=1&dq=margen+bruto&pg=PA79&printsec=frontcover)

Hederra, N. (2022). “Anclaje de expectativas y las respuestas de la economía ante shocks”, [Tesis de Maestría en Economía, en la Pontificia Universidad Católica de Chile]. Repositorio Académico de la Pontificia Universidad Católica de Chile:  
<https://repositorio.uc.cl/dspace/items/4d3a19d5-8ab6-4266-8a89-4498db2b77eb>

Jiménez, B. (2022). “Influencia del desempleo en la inflación de la región de Tumbes - Perú, 2003-2019” [Tesis de titulación en Economía]. Repositorio Académica de la Universidad Nacional de Tumbes:

<https://repositorio.untumbes.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12874/2685/TESIS%20-%20JIMENEZ%20GOMEZ.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Magueyal, J. (2018). *Análisis y reflexiones sobre los costos de producción y ventas* (1er ed.). Editorial [Editorial Digital del Tecnológico de Monterrey](#). Recuperado en :

[https://www.google.com/books/edition/An%C3%A1lisis\\_y\\_reflexiones\\_sobre\\_los\\_costos\\_/k1XUDwAAQBAJ?kptab=editions&sa=X&ved=2ahUKEwifx8WQy7WBAXFrJUCHaWIAUMQmBZ6BAgEEAg](https://www.google.com/books/edition/An%C3%A1lisis_y_reflexiones_sobre_los_costos_/k1XUDwAAQBAJ?kptab=editions&sa=X&ved=2ahUKEwifx8WQy7WBAXFrJUCHaWIAUMQmBZ6BAgEEAg)

Martino, S. (2016). “Efectos de la Inflación en el Análisis financiero histórico y prospectivo. Análisis de un caso”, [Tesis de Maestría en Administración,

Universidad Nacional del Sur ], Repositorio Académico de la Universidad Nacional del Sur :

<https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/4628?show=full>

Laurente, L. (2021). Modelamiento econométrico de la inflación en el Perú, período 2000-2019[Tesis de Maestría en Finanzas, Universidad Nacional del Altiplano]. Repositorio Académico de la Universidad Nacional del Altiplano:

[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RNAP\\_f1c78f9734451a8fd3b42fd084071a2e](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RNAP_f1c78f9734451a8fd3b42fd084071a2e)

Perea, H. (2022). Hitos de la reforma macroeconómica en el Perú 1990-2020.(1er ed.).Editorial Universidad del Pacífico. Recuperado en:

<https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/3347/OrtizWinkelried2022.pdf>

Perez, J. (2013). La contabilidad y los estados financieros (1er ed.). Editorial Esic. Recuperado en:

[https://www.google.com.pe/books/edition/La\\_contabilidad\\_y\\_los\\_estados\\_financieros/DPF-MNMv4IIC?hl=es&gbpv=1&dq=estado+de+situacion+financiera&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/La_contabilidad_y_los_estados_financieros/DPF-MNMv4IIC?hl=es&gbpv=1&dq=estado+de+situacion+financiera&printsec=frontcover)

Rivera, I. (2017). Principios de macroeconomía un enfoque de sentido común (1era ed.). Editorial Universidad Católica del Perú. Recuperado en:

<https://files.pucp.education/departamento/economia/lde-2017-04.pdf>

Román, J. (2017) . Estados financieros básicos 2017 (1era ed.). Ediciones Fiscales isef. Recuperado en:

[https://www.google.com.pe/books/edition/ESTADOS\\_FINANCIEROS\\_B%C3%81SICOS\\_2017/scomDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=estado+de+situacion+financiera&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/ESTADOS_FINANCIEROS_B%C3%81SICOS_2017/scomDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=estado+de+situacion+financiera&printsec=frontcover)

Valdivieso, C. (2022). “Política monetaria e inflación en el Perú” [Tesis de titulación en Economía]. Repositorio Académico de la Universidad César Vallejo:

<https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/89219/ValdiviesoGA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

## REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

Banco Central de Reserva del Perú (2021). La finalidad del Banco Central de Reserva del Perú. Recuperado del BCRP (Banco Central de Reserva del Perú). Recuperado en:

<https://www.bcrp.gob.pe/transparencia/datos-generales/marco-legal/capitulo-v-de-la-constitucion.html>

Gavelán Izaguirre, J. (2021). Costos de importación. *QUIPUKAMAYOC*, 117. Recuperado en:

file:///C:/Users/grise.DESKTOP-PUV4LD6/Downloads/20586%20(7).pdf

IDEXAM. (2021). Causas del alza de los precios de los commodities alimenticios. La cámara. Recuperado en:

<https://lacamara.pe/causas-del-alza-de-los-precios-de-los-commodities-alimenticios/>

Las Normas Internacionales de Información Financiera (2022). Las Normas Internacionales de Información Financiera 1 . Recuperado del MEF (Ministerio de Economía y Finanzas) Recuperado en:

[https://cdn-content-b.mef.gob.pe/dgcp/con\\_nor\\_co/nor\\_inter/Annotated\\_RB2022\\_A\\_ES\\_NIIF1.pdf](https://cdn-content-b.mef.gob.pe/dgcp/con_nor_co/nor_inter/Annotated_RB2022_A_ES_NIIF1.pdf)

Rivas Santos, P. (2018). Tasa de interés de referencia, agregados monetarios y ciclos económicos. *Revista de investigación de la UNMSM*, 211 – 228. Recuperado en:

<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/econo/article/view/14337>

# **ANEXOS**

## ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

**TÍTULO :** La inflación y su incidencia en la situación financiera de las empresas comerciales de venta de artículos de oficina en Lima Metropolitana, 2021-2022

**AUTOR :** Anaya Bojórquez Grisell Paola y Cardoza Condori Marjorie Fiorella

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS	CLASIFICACIÓN DE VARIABLES Y DEFINICIÓN OPERACIONAL	POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO
<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>	<b>Variable Independiente</b> <b>X. Inflación</b> x <sub>1</sub> - Tasa de interés de referencia. x <sub>2</sub> - Aumento de precios de commodities. x <sub>3</sub> - Incremento de los costos de importación.	<b>Población.</b> A nivel de las empresas del sector comercial de venta de artículos de oficina, en Lima Metropolitana.  <b>Muestra.</b> 45 gerentes generales y responsables del área financiera  <b>Técnica e Instrumento</b> Encuesta
¿De qué manera la inflación incide en la situación financiera de las empresas comerciales de venta de artículos de oficina en Lima Metropolitana, 2021-2022?	Determinar si la inflación incide en la situación financiera de las empresas comerciales de venta de artículos de oficina en Lima Metropolitana, 2021-2022	La inflación incide en la situación financiera de las empresas comerciales de venta de artículos de oficina en Lima Metropolitana, 2021-2022		
<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Específicas</b>	<b>Variable Dependiente</b> <b>Y.- Situación Financiera</b> y <sub>1</sub> - Nivel de endeudamiento. y <sub>2</sub> - Costos de Producción y <sub>3</sub> - Reducción del margen bruto	
a) ¿De qué forma la tasa de interés de referencia incide en el nivel de endeudamiento?  b) ¿En qué medida el aumento de precios de commodities incide en los costos de producción?  c) ¿De qué manera el incremento de los costos de importación incide en la reducción del margen bruto?	a) Analizar si la tasa de interés de referencia incide en el nivel de endeudamiento.  b) Evaluar si el aumento de precios de commodities incide en los costos de producción.  c) Determinar si el incremento de los costos de importación incide en la reducción del margen bruto.	a) La tasa de interés de referencia incide en el nivel de endeudamiento.  b) El aumento de precios de commodities incide en los costos de producción.  c) El incremento de los costos de importación incide en la reducción del margen bruto.		

## ANEXO 2: ENCUESTA

<b>VARIABLE INDEPENDIENTE: LA INFLACIÓN</b>				
<b>X1: TASA DE INTERÉS DE REFERENCIA</b>				
<b>1</b>	¿Cree usted que la tasa de interés de referencia tiene algún impacto en las tasas activas y pasivas?			<b>N</b>
	a)	Siempre	()	
	b)	Casi siempre	()	
	c)	Algunas veces	()	
	d)	Casi nunca	()	
	e)	Nunca	()	
<b>2</b>	¿Considera usted que la disminución de la tasa de interés de referencia reduce el costo de los créditos hipotecarios?			<b>N</b>
	a)	Siempre	()	
	b)	Casi siempre	()	
	c)	Algunas veces	()	
	d)	Casi nunca	()	
	e)	Nunca	()	
<b>X2: AUMENTO DE PRECIOS DE COMMODITIES</b>				
<b>3</b>	¿En su opinión el aumento del precio internacional del petróleo incide en la inflación de un país?			<b>N</b>
	a)	Siempre	()	
	b)	Casi siempre	()	
	c)	Algunas veces	()	
	d)	Casi nunca	()	
	e)	Nunca	()	
<b>4</b>	¿Cree usted que el aumento del precio internacional del cobre significa más ingresos de divisas para el país?			<b>N</b>
	a)	Siempre	()	
	b)	Casi siempre	()	
	c)	Algunas veces	()	
	d)	Casi nunca	()	
	e)	Nunca	()	
<b>X3: INCREMENTO DE LOS COSTOS DE IMPORTACIÓN</b>				

5	¿En su opinión el menor poder adquisitivo reduce la capacidad de compra de las personas?			<b>N</b>
	a)	Siempre	( )	
	b)	Casi siempre	( )	
	c)	Algunas veces	( )	
	d)	Casi nunca	( )	
	e)	Nunca	( )	
6	¿Cree usted que el incremento de los precios en la economía genera inflación interna?			<b>N</b>
	a)	Siempre	( )	
	b)	Casi siempre	( )	
	c)	Algunas veces	( )	
	d)	Casi nunca	( )	
	e)	Nunca	( )	
<b>X: LA INFLACIÓN</b>				
7	¿Considera usted que la inflación afecta los costos y gastos de todas las empresas?			<b>N</b>
	a)	Siempre	( )	
	b)	Casi siempre	( )	
	c)	Algunas veces	( )	
	d)	Casi nunca	( )	
	e)	Nunca	( )	

<b>VARIABLE DEPENDIENTE: SITUACIÓN FINANCIERA</b>			
<b>Y1: NIVEL DE ENDEUDAMIENTO</b>			
<b>8</b>	¿En su opinión el financiamiento del capital de trabajo se debe hacer en moneda local?		<b>N</b>
	a)	Siempre	()
	b)	Casi siempre	()
	c)	Algunas veces	()
	d)	Casi nunca	()
	e)	Nunca	()
<b>9</b>	¿Cree que los plazos de las operaciones de leasing financiero deben ser los más largos posibles y en soles?		<b>N</b>
	a)	Siempre	()
	b)	Casi siempre	()
	c)	Algunas veces	()
	d)	Casi nunca	()
	e)	Nunca	()
<b>Y2: COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>10</b>	¿Considera que el incremento de los costos de las materias primas pueden originarse a consecuencia de la inflación?		<b>N</b>
	a)	Siempre	()
	b)	Casi siempre	()
	c)	Algunas veces	()
	d)	Casi nunca	()
	e)	Nunca	()
<b>11</b>	¿Considera usted que el incremento del costo de la mano de obra impacta en la rentabilidad de operación de las empresas?		<b>N</b>
	a)	Siempre	()
	b)	Casi siempre	()
	c)	Algunas veces	()
	d)	Casi nunca	()
	e)	Nunca	()
<b>Y3: REDUCCIÓN DEL MARGEN BRUTO</b>			

12	¿Considera usted que la disminución de ventas en el sector de ventas de útiles de oficina es por el proceso de digitalización de las empresas?		N	
	a)	Siempre		( )
	b)	Casi siempre		( )
	c)	Algunas veces		( )
	d)	Casi nunca		( )
	e)	Nunca		( )
13	¿Cree usted que el aumento del costo de ventas incide en la reducción del margen bruto de las empresas que comercializan útiles de oficina?		N	
	a)	Siempre		( )
	b)	Casi siempre		( )
	c)	Algunas veces		( )
	d)	Casi nunca		( )
	e)	Nunca		( )
<b>Y: SITUACIÓN FINANCIERA</b>				
14	¿En su opinión la situación financiera de las empresas pueden verse afectadas por el impacto de una alta tasa de inflación?		N	
	a)	Siempre		( )
	b)	Casi siempre		( )
	c)	Algunas veces		( )
	d)	Casi nunca		( )
	e)	Nunca		( )

**ANEXO 3: POBLACIÓN DE LAS EMPRESAS QUE COMERCIALIZAN ARTÍCULOS DE OFICINA.**

<b>N°</b>	<b>RUC</b>	<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>TOTAL TRABAJADORES</b>	<b>POBLACIÓN ESPECIALIZADA</b>
1	20514527122	Comercial morayma e.i.r.l	6	2
2	20606291214	Monpac office e.i.r.l.	5	2
3	20376472338	Ink color print s.r.l.	6	2
4	20100030676	Distribuidora navarrete s.a	46	2
5	20521547406	Inversiones lazernet e.i.r.l.	1	2
6	20514344559	Comercial lujorluc s.r.l.- lujorluc srl	3	2
7	20109072177	Cencosud retail Perú s.a.	10022	2
8	20100070970	Supermercados peruanos sociedad anonima 'o ' s.p.s.a.	2	2
9	20100310288	Productos industriales arti s. a	10	2
10	20607352845	Sucomix dios es amor s.a.c.	57	2
11	20508565934	Hipermercados tottus s.a	11,384	2
12	20606109343	Solana comercial s.a.c.	5	2
13	20605333380	Ym corporacion yemart s.a.c.	6	2
14	20100049181	Tai loy s.a.	1,330	2
15	20125412875	Comercial giova s.a.	16	2
16	20603709307	Oficentro Perú s.a.c.	15	2
17	20501457869	Librerías crisol s.a.c.	500	2
18	20505399464	Importadora-exportadora paxi s.a.c.	5	2
19	20536557858	Homecenters peruanos s.a.	5,404	2
20	20101164901	Comercial li s a	45	2
21	20602863116	Meyten s.a.c.	96	2
22	20100274621	Tai heng s a	188	2
23	20603668619	Mumuso Perú s.a.c	47	2
24	20510069251	Dh empresas Perú s. a	780	2
25	20382970820	Mantinni s.r.l.	8	2
<b>TOTAL</b>			<b>N1 = 29987</b>	<b>N2 = 50</b>

Fuente: Elaboración propia extraída de sitios públicos.

## ANEXO 4: MUESTRA CONSIDERADA ESPECIALIZADA

N°	RUC	RAZÓN SOCIAL	POBLACIÓN ESPECIALIZADA	MUESTRA
1	20514527122	Comercial morayma e.i.r.l	2	2
2	20606291214	Monpac office e.i.r.l.	2	2
3	20376472338	Ink color print s.r.l.	2	2
4	20100030676	Distribuidora navarrete s.a	2	2
5	20521547406	Inversiones lazernet e.i.r.l.	2	2
6	20514344559	Comercial lujorluc s.r.l.- lujorluc srl	2	2
7	20109072177	Cencosud retail Perú s.a.	2	2
8	20100070970	Supermercados peruanos sociedad anonima 'o ' s.p.s.a.	2	2
9	20100310288	Productos industriales arti s.a	2	2
10	20607352845	Sucomix dios es amor s.a.c.	2	2
11	20508565934	Hipermercados tottus s.a	2	2
12	20606109343	Solana comercial s.a.c.	2	2
13	20605333380	Ym corporacion yemart s.a.c.	2	2
14	20100049181	Tai loy s.a.	2	2
15	20125412875	Comercial giova s.a.	2	2
16	20603709307	Oficentro Perú s.a.c.	2	2
17	20501457869	Librerias crisol s.a.c.	2	2
18	20505399464	Importadora-exportadora paxi s.a.c.	2	2
19	20536557858	Homecenters peruanos s.a.	2	2
20	20101164901	Comercial li s a	2	2
21	20602863116	Meyten s.a.c.	2	2
22	20100274621	Tai heng s a	2	2
23	20603668619	Mumuso Perú s.a.c	2	2
24	20510069251	Dh empresas Perú s.a	2	2
25	20382970820	Mantinni s.r.l.	2	2
<b>TOTAL</b>				<b>45</b>

Fuente: Elaboración propia extraída de sitios públicos.

**ANEXO 5: EMPRESAS QUE COMERCIALIZAN ARTÍCULOS DE OFICINA  
POR ENCUESTAR**

<b>N°</b>	<b>RUC</b>	<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>DISTRITO</b>
1	20514527122	Comercial morayma e.i.r.l	Cercado de Lima
2	20606291214	Monpac office e.i.r.l.	Cercado de Lima
3	20376472338	Ink color print s.r.l	San Miguel
4	20100030676	Distribuidora navarrete s.a	Cercado de Lima
5	20521547406	Inversiones lazernet e.i.r.l.	Cercado de Lima
6	20514344559	Comercial lujorluc s.r.l.- lujorluc srl	San Martín de Porres
7	20109072177	Cencosud retail Perú s.a.	Miraflores
8	20100070970	Supermercados peruanos sociedad anonima 'o ' s.p.s.a.	San Borja
9	20100310288	Productos industriales arti s.a	Ate
10	20607352845	Sucornix dios es amor s.a.c.	Cercado de Lima
11	20508565934	Hipermercados tottus s.a	Surquillo
12	20606109343	Solana comercial s.a.c.	San Isidro
13	20605333380	Yrn corporacion yemart s.a.c.	Cercado de Lima
14	20100049181	Tai loy s.a.	Breña
15	20125412875	Comercial giova s.a.	La Victoria
16	20603709307	Oficentro Perú s.a.c.	San Luis
17	20501457869	Librerias crisol s.a.c.	Jesús María
18	20505399464	Importadora-exportadora paxi s.a.c.	Cercado de Lima
19	20536557858	Homecenters peruanos s.a.	Jesús María
20	20101164901	Comercial li s a	San Isidro
21	20602863116	Meyten s.a.c.	Cercado de Lima
22	20100274621	Tai heng s a	Cercado de Lima
23	20492092313	Mumuso Perú s.a.c	San Borja
24	20510069251	Dh empresas Perú s.a	Jesús María
25	20382970820	Mantinni s.r.l.	La Victoria

Fuente: Elaboración propia extraída de sitios públicos.

## ANEXO 6: HOJA DE DATOS

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	N*	X1.1	X1.2	X2.1	X2.2	X3.1	X3.2	X	Y1.1	Y1.2	Y2.1	Y2.2	Y3.1	Y3.2	Y
2	1	Algunas veces	Casi siempre												
3	2	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre						
4	3	Siempre	Algunas veces	Algunas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Siempre							
5	4	Algunas veces	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre						
6	5	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre	Algunas veces	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Algunas veces	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre
7	6	Algunas veces	Casi nunca	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Siempre	Algunas veces	Algunas veces	Algunas veces	Casi siempre	Algunas veces	Siempre
8	7	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Nunca	Siempre	Siempre	Siempre
9	8	Siempre	Algunas veces	Algunas veces	Casi siempre	Algunas veces	Siempre	Siempre	Casi siempre						
10	9	Siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Algunas veces	Siempre	Siempre	Algunas veces	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre
11	10	Algunas veces	Algunas veces	Algunas veces	Casi nunca	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Algunas veces	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre
12	11	Casi siempre													
13	12	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre
14	13	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Algunas veces	Siempre	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre
15	14	Siempre	Nunca	Algunas veces											
16	15	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre
17	16	Siempre	Algunas veces	Casi siempre	Algunas veces	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Algunas veces	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre
18	17	Casi siempre													
19	18	Casi siempre	Algunas veces	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Algunas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre
20	19	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Algunas veces	Siempre	Algunas veces	Casi siempre	Casi nunca	Algunas veces					
21	20	Casi siempre	Algunas veces	Siempre	Algunas veces	Algunas veces	Algunas veces	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Algunas veces
22	21	Siempre	Casi siempre	Casi nunca	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi nunca	Nunca	Casi siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre
23	22	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre
24	23	Algunas veces	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Algunas veces	Casi siempre	Algunas veces	Algunas veces
25	24	Algunas veces	Casi nunca	Algunas veces	Algunas veces	Casi nunca	Algunas veces	Algunas veces	Algunas veces	Casi siempre	Algunas veces	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre	Algunas veces
26	25	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Algunas veces	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Algunas veces	Algunas veces	Siempre	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
27	26	Siempre	Algunas veces	Nunca	Algunas veces	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Algunas veces	Algunas veces	Algunas veces	Siempre
28	27	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Algunas veces	Casi siempre	Algunas veces	Algunas veces	Algunas veces	Casi siempre
29	28	Siempre	Siempre	Siempre	Nunca	Nunca	Nunca	Algunas veces	Algunas veces	Algunas veces	Siempre	Casi nunca	Casi siempre	Casi siempre	Siempre
30	29	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi nunca	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi nunca	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre
31	30	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre
32	31	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre
33	32	Siempre	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Nunca	Casi siempre	Algunas veces	Algunas veces	Algunas veces	Siempre
34	33	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre
35	34	Casi siempre	Algunas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre	Algunas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Siempre
36	35	Siempre	Algunas veces	Siempre	Siempre	Siempre	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Siempre	Algunas veces	Casi siempre
37	36	Casi siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre
38	37	Algunas veces	Casi siempre												
39	38	Casi siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
40	39	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Algunas veces	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Siempre
41	40	Casi siempre	Casi siempre	Algunas veces	Algunas veces	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas veces	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre
42	41	Casi siempre	Casi nunca	Casi nunca	Casi nunca	Algunas veces	Algunas veces	Casi siempre	Casi nunca	Casi nunca	Casi siempre	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre
43	42	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas veces	Siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre
44	43	Siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre
45	44	Siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Siempre
46	45	Casi siempre	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre	Algunas veces	Siempre	Casi siempre	Casi siempre	Siempre	Siempre	Algunas veces	Casi siempre	Casi siempre	Casi siempre

Fuente: Elaboración propia mediante Microsoft Excel.

## ANEXO 7: HOJAS DE TRABAJO SPSS

- Resultado de encuesta

ANAYA BOJÓRQUEZ - CARDOZA CONDORI.sav [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

51 : Y31 Visible: 14 de 14 variables

	X11	X12	X21	X22	X31	X32	X	Y11	Y12	Y21	Y22	Y31	Y32	Y
1	3	1	1	1	1	1	3	2	1	3	1	3	3	3
2	3	2	2	2	2	3	3	2	1	3	2	3	3	3
3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3
4	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
9	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
10	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4
11	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
12	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
13	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
14	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
15	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
16	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
17	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5
32	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
33	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
34	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
35	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
36	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
37	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
38	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO Clásico

Fuente: Elaboración propia (Programa SPSS)

- Elaboración de preguntas aplicadas en las encuestas

ANAYA BOJÓRQUEZ - CARDOZA CONDORI.sav [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Aplicación de búsqueda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	X11	Numérico	8	0	Aumento de la tasa de interés de referencia	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	X12	Numérico	8	0	Disminución de la tasa de interés de referencia	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	X21	Numérico	8	0	Aumento del precio internacional del petróleo	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	X22	Numérico	8	0	Aumento de la cotización del cobre	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	X31	Numérico	8	0	Menor poder adquisitivo	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	X32	Numérico	8	0	Incremento de precios	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	X	Numérico	8	0	Inflación	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	Y11	Numérico	8	0	Financiamiento para capital de trabajo	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	Y12	Numérico	8	0	Operaciones de leasing financiero	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	Y21	Numérico	8	0	Incremento del costo de materias primas	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	Y22	Numérico	8	0	Incremento del costo de la mano de obra	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	Y31	Numérico	8	0	Disminución de ventas	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	Y32	Numérico	8	0	Aumento del costo de ventas	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	Y	Numérico	8	0	Situación financiera	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15											
16											

Visión general Vista de datos **Vista de variables**

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO Clásico

Fuente: Elaboración propia (Programa SPSS)

- Resultados de Contrastación de Hipótesis -Alfa de Cronbach

Anaya Bojórquez - Cardoza Condori - 2.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana A

Aplicación de búsqueda

Visible: 8 de 8 vari

	X1	X2	X3	Y1	Y2	Y3	VARX	VARY	var	var
1	2	1	1	2	2	3	1	2		
2	3	2	3	2	3	3	2	2		
3	3	2	3	2	3	3	3	3		
4	3	3	3	3	3	3	3	3		
5	3	3	3	3	3	3	3	3		
6	3	3	3	3	3	3	3	3		
7	3	3	3	3	3	3	3	3		
8	3	3	3	3	3	3	3	3		
9	3	3	3	3	3	3	3	3		
10	4	3	4	3	3	3	3	3		
11	4	3	4	3	3	3	4	3		
12	4	3	4	3	3	3	4	3		
13	4	3	4	3	4	4	4	4		
14	4	4	4	3	4	4	4	4		
15	4	4	4	3	4	4	4	4		
16	4	4	4	4	4	4	4	4		
17	4	4	4	4	4	4	4	4		
18	4	4	4	4	4	4	4	4		
19	4	4	4	4	4	4	4	4		
20	4	4	4	4	4	4	4	4		
21	4	4	5	4	4	4	4	4		
22	4	4	5	4	4	4	4	4		
23	4	4	5	4	4	4	4	4		
24	4	4	5	4	4	4	4	4		
25	4	4	5	4	4	4	4	4		
26	4	4	5	4	4	4	4	4		
27	4	4	5	4	4	4	4	4		
28	5	4	5	4	4	4	4	4		
29	5	4	5	4	4	4	4	4		
30	5	4	5	4	4	4	4	4		
31	5	4	5	4	4	4	4	4		
32	5	5	5	4	4	4	5	4		
33	5	5	5	5	4	4	5	4		
34	5	5	5	5	4	4	5	4		
35	5	5	5	5	4	4	5	4		
36	5	5	5	5	4	5	5	4		
37	5	5	5	5	5	5	5	5		
38	5	5	5	5	5	5	5	5		
39	5	5	5	5	5	5	5	5		
40	5	5	5	5	5	5	5	5		
41	5	5	5	5	5	5	5	5		
42	5	5	5	5	5	5	5	5		
43	5	5	5	5	5	5	5	5		
44	5	5	5	5	5	5	5	5		

Visión general **Vista de datos** Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO Clásico

Fuente: Elaboración propia (Programa SPSS)

- Elaboración de variables aplicadas en las encuestas

Anaya Bojórquez - Cardoza Condori - 2.sav [ConjuntoDatos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Aplicación de búsqueda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	X1	Numérico	8	0	TASA DE INTERÉS DE REFERENCIA ( X1 )	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	X2	Numérico	8	0	AUMENTO DE PRECIOS DE COMMODITIES...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	X3	Numérico	8	0	INCREMENTO DE LOS COSTOS DE IMPOR...	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	Y1	Numérico	8	0	NIVEL DE ENDEUDAMIENTO ( Y1 )	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	Y2	Numérico	8	0	COSTOS DE PRODUCCIÓN ( Y2 )	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	Y3	Numérico	8	0	REDUCCIÓN DEL MARGEN BRUTO ( Y3 )	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	VARX	Numérico	8	0	INFLACIÓN ( X )	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	VARY	Numérico	8	0	SITUACIÓN FINANCIERA ( Y )	{1, Nunca}...	Ninguna	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9											
10											
11											
12											

Visión general Vista de datos **Vista de variables**

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO Clásico

Fuente: Elaboración propia (Programa SPSS)

## - Elaboración de Confiabilidad – Alfa de Cronbach

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
2	N°	X11	X12	X21	X22	X31	X32	X	Y11	Y12	Y21	Y22	Y31	Y32	Y	SUMA DE FILAS	
3	1	3	1	1	1	1	1	3	2	1	3	1	3	3	3	27	
4	2	3	2	2	2	2	3	3	2	1	3	2	3	3	3	34	
5	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	36	
6	4	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	39	
7	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	
8	6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	43	
9	7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	43	
10	8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	43	
11	9	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	44	
12	10	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	46	
13	11	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	47	
14	12	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	47	
15	13	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	50	
16	14	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	51	
17	15	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	51	
18	16	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	52	
19	17	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	52	
20	18	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	54	
21	19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	54	
22	20	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	55	
23	21	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	
24	22	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	
25	23	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	
26	24	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	
27	25	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	
28	26	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	
29	27	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	
30	28	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58	
31	29	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58	
32	30	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58	
33	31	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	60	
34	32	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	62	
35	33	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	63	
36	34	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	63	
37	35	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	63	
38	36	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	65	
39	37	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	67	
40	38	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	68	
41	39	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	69	
42	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
43	41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
44	42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
45	43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
46	44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
47	45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
48	VARIANZA	<b>0.573</b>	<b>0.927</b>	<b>0.927</b>	<b>0.892</b>	<b>0.937</b>	<b>0.725</b>	<b>0.498</b>	<b>0.828</b>	<b>0.889</b>	<b>0.473</b>	<b>0.780</b>	<b>0.446</b>	<b>0.498</b>	<b>0.404</b>		
49																	
50		X1	X2	X3	X	Y1	Y2	Y3	Y							9.798 116.559	
51		X1.1	X1.2	X2.1	X2.2	X3.1	X3.2		Y1.1	Y1.2	Y2.1	Y2.2	Y3.1	Y3.2		ALFA DE CRONBACH	
52																<b>0.98640</b>	
53																	
54																	
55																	
56																	
57																	
58																	

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^{14} S_i^2}{S_{tot}^2} \right]$$

Fuente: Elaboración propia mediante Microsoft Excel.

## ANEXO 8: FICHA DE VALIDACIÓN

### FICHA DE VALIDACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : Rodas Serrano, Virgilio Wilfredo  
 1.2 GRADO ACADÉMICO : Doctor en Ciencias Contables, Económicas y Financieras  
 1.3 INSTITUCIÓN QUE LABORA : Universidad de San Martín de Porres  
 1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN : LA INFLACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LAS EMPRESAS COMERCIALES DE VENTA DE ARTÍCULOS DE OFICINA EN LIMA METROPOLITANA 2021-2022  
 1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : **Anaya Bojórquez Grisell Paola y Cardoza Condori Marjorie Fiorella**  
 1.6 DOCTORADO O MAESTRÍA : **Pregrado**  
 1.7 CRITERIO DE APLICABILIDAD : .....

a) De 01 a 09: (No válido, reformular)      b) De 10 a 12: (No válido, modificar)  
 b) De 12 a 15: (Válido, mejorar)      d) De 15 a 18: Válido, precisar  
 c) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

#### II. ASPECTOS A EVALUAR:

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno (15 - 18)	Excelente
		(01 - 09)	(10 - 12)	(12 - 15)		(18 - 20)
		01	02	03	04	05
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado.				X	
2. OBJETIVIDAD	Esta formulado con conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización y lógica.					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de estudio.				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio.				X	
8. COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones y variables.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del estudio.				X	
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías.				X	
SUB TOTAL					8	2
TOTAL					32	10

17

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) : .....

VALORACIÓN CUALITATIVA : .....

OPINIÓN DE APLICABILIDAD : .....

Santa Anita, 23 de Noviembre del 2023



.....  
Firma y Post Firma del experto



## ● 20% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 18% Internet database
- Crossref database
- 9% Submitted Works database
- 2% Publications database
- Crossref Posted Content database

### TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	<b>repositorio.usmp.edu.pe</b> Internet	12%
2	<b>coursehero.com</b> Internet	<1%
3	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Internet	<1%
4	<b>repositorio.untumbes.edu.pe</b> Internet	<1%
5	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2017-11-15</b> Submitted works	<1%
6	<b>comexperu.org.pe</b> Internet	<1%
7	<b>clubensayos.com</b> Internet	<1%
8	<b>ipe.org.pe</b> Internet	<1%

9	<b>ineaf.es</b> Internet	<1%
10	<b>hdl.handle.net</b> Internet	<1%
11	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2016-11-25</b> Submitted works	<1%
12	<b>ITAM: Instituto Tecnológico Autónomo de México on 2022-07-08</b> Submitted works	<1%
13	<b>Universidad Católica de Trujillo on 2017-03-09</b> Submitted works	<1%
14	<b>qdoc.tips</b> Internet	<1%
15	<b>gestiopolis.com</b> Internet	<1%
16	<b>Liliana Rojas-Suárez. "Fortalezas macroeconómicas y retos para el Per..."</b> Crossref	<1%
17	<b>Universidad Inca Garcilaso de la Vega on 2019-09-16</b> Submitted works	<1%
18	<b>Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC on 2023-06-24</b> Submitted works	<1%
19	<b>Universidad de Lima on 2014-05-31</b> Submitted works	<1%
20	<b>elpopular.pe</b> Internet	<1%

21	<b>de.slideshare.net</b>	Internet	<1%
22	<b>Universidad Privada del Norte on 2023-10-31</b>	Submitted works	<1%
23	<b>siderar.com</b>	Internet	<1%
24	<b>Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2023-07-03</b>	Submitted works	<1%
25	<b>repositorio.ulasamericas.edu.pe</b>	Internet	<1%
26	<b>Aliat Universidades on 2022-10-17</b>	Submitted works	<1%
27	<b>Universidad Alas Peruanas on 2023-07-10</b>	Submitted works	<1%
28	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2023-07-03</b>	Submitted works	<1%
29	<b>repositorio.unsm.edu.pe</b>	Internet	<1%
30	<b>Arenas Mata, Vanessa Karin. "Plan estrategico Del Sector Agro Exporta..."</b>	Publication	<1%
31	<b>Universidad de San Martín de Porres on 2023-08-05</b>	Submitted works	<1%
32	<b>Fundación Universitaria María Cano on 2023-10-16</b>	Submitted works	<1%

33	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2017-07-25</b> Submitted works	<1%
34	<b>buenastareas.com</b> Internet	<1%
35	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2017-07-21</b> Submitted works	<1%
36	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2017-11-02</b> Submitted works	<1%
37	<b>Universidad Ricardo Palma on 2018-12-20</b> Submitted works	<1%
38	<b>Universidad San Ignacio de Loyola on 2018-05-20</b> Submitted works	<1%
39	<b>repositorio.unapiquitos.edu.pe</b> Internet	<1%
40	<b>slideshare.net</b> Internet	<1%
41	<b>Universidad Catolica Cardenal Raul Silva Henriquez on 2022-06-20</b> Submitted works	<1%
42	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2016-05-17</b> Submitted works	<1%
43	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2016-06-21</b> Submitted works	<1%
44	<b>Universidad TecMilenio on 2009-11-11</b> Submitted works	<1%

45	<b>Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC on 2023-12-13</b>	<1%
	Submitted works	
46	<b>mises.org</b>	<1%
	Internet	
47	<b>Universidad Abierta para Adultos on 2022-08-05</b>	<1%
	Submitted works	
48	<b>Universidad San Ignacio de Loyola on 2022-10-07</b>	<1%
	Submitted works	
49	<b>repositorio.ug.edu.ec</b>	<1%
	Internet	
50	<b>scielo.org.ve</b>	<1%
	Internet	
51	<b>scribd.com</b>	<1%
	Internet	
52	<b>wattagnet.com</b>	<1%
	Internet	
53	<b>Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecu...</b>	<1%
	Submitted works	
54	<b>UNIACC on 2007-10-08</b>	<1%
	Submitted works	
55	<b>Universidad Cesar Vallejo on 2016-02-29</b>	<1%
	Submitted works	
56	<b>Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo on 2022-04-20</b>	<1%
	Submitted works	

57	<b>Universidad Peruana Los Andes on 2023-01-31</b> Submitted works	<1%
58	<b>docshare.tips</b> Internet	<1%
59	<b>prezi.com</b> Internet	<1%
60	<b>pt.scribd.com</b> Internet	<1%
61	<b>repositorio.une.edu.pe</b> Internet	<1%
62	<b>repositorioacademico.upc.edu.pe</b> Internet	<1%
63	<b>w3.el-mundo.es</b> Internet	<1%
64	<b>eumed.net</b> Internet	<1%
65	<b>redem.buap.mx</b> Internet	<1%
66	<b>urbanspoon.com</b> Internet	<1%

## ● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Cited material
- Manually excluded text blocks
- Quoted material
- Small Matches (Less than 10 words)

---

### EXCLUDED TEXT BLOCKS

#### **FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERASES**CUELA P...

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### **ii**ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADOASESOR:.....

Educational Service District 105 on 2022-04-18

---

#### **v**ÍNDICEPortadaiTítuloiiAsesor y Miembros del JuradoiiiDedicatoriaivAgradecimie...

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### **ix**ÍNDICE DE TABLAS

apirepositorio.unh.edu.pe

---

#### **Tabla 6: Cálculo**

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### **La tasa de interés de referencia**

Pontificia Universidad Catolica del Peru on 2023-07-03

---

#### **79**Tabla 24: Prueba

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### **84**Tabla 27: Prueba Chi Cuadrado

Universidad Inca Garcilaso de la Vega on 2018-05-26

---

#### **La inflación incide en la**

repositorio.usmp.edu.pe

## ÍNDICE DE FIGURAS

repositorio.unjbg.edu.pe

---

### 4.2 Población y Muestra

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### 4.2.2. Muestra

repositorio.usmp.edu.pe

---

### de la tasa de interés de referencia

Fundación Universitaria María Cano on 2023-10-16

---

### Figura 17

repositorio.usmp.edu.pe

---

### 82Figura

repositorio.usmp.edu.pe

---

### Figura 21: Prueba Chi Cuadrado de Hipótesis Específica

repositorio.usmp.edu.pe

---

### xiiiRESUMENEl presente trabajo titulado “La

repositorio.usmp.edu.pe

---

### La tesis está desarrollada en seis capítulos, que se

repositorio.usmp.edu.pe

---

### como soporte de la investigación, que sirvieron de base

repositorio.usmp.edu.pe

---

### la hipótesis general, la hipótesis específicas y

hdl.handle.net

---

### Capítulo III - Hipótesis y variables, donde se

repositorio.usmp.edu.pe

---

## Capítulo V - Análisis

repositorio.usmp.edu.pe

---

### con la

Universidad Cesar Vallejo on 2016-04-27

---

## Finalmente, se presentan las fuentes bibliográficas y

repositorio.usmp.edu.pe

---

## Delimitación espacialEl

repositorio.usmp.edu.pe

---

## Delimitación socialLas técnicas de recojo de información se aplicaron

repositorio.usmp.edu.pe

---

## 1.2. Formulación del Problema1.2.1. Problema general¿De qué manera la

repositorio.usmp.edu.pe

---

## 1.2.2. Problemas específicos

repositorio.usmp.edu.pe

---

## 1.3 Objetivos de la Investigación1.3.1. Objetivo

repositorio.usmp.edu.pe

---

## 1.3.2. Objetivos Específicos)Analizar si la

repositorio.usmp.edu.pe

---

## 1.4

repositorio.usmp.edu.pe

---

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO2.1 Antecedentes de la Investigación2.1.1. Anteced...

Universidad de San Martín de Porres on 2023-08-05

---

## CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES3.1 Hipótesis GeneralLa

repositorio.usmp.edu.pe

---

### 3.3 Operacionalización de Variables 3.3.1. Variable independiente Tabla 1

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### ESCALA VALORATIVO NOMINAL

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### INDICADORES ÍNDICES Y 1

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### ESCALA VALORATIVO NOMINAL

repositorio.usmp.edu.pe

---

### 4.1.2. Nivel de Investigación Es una investigación de nivel explicativa causal

repositorio.usmp.edu.pe

---

### 4.1.4. Diseño de Investigación

repositorio.usmp.edu.pe

---

### 4.2.2. Muestra El tamaño óptimo de muestra se determinó mediante la fórmula par...

repositorio.usmp.edu.pe

---

$$Z^2 \times P \times Q \times Nn = \frac{e^2}{N}$$

Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga on 2023-11-17

---

Es el tamaño de la población que consiste

repositorio.usmp.edu.pe

---

valor en el eje de la abscisa, de la curva normal, para una probabilidad del 95% de c...

repositorio.usmp.edu.pe

---

E: Margen de error 5% N: Población

repositorio.usmp.edu.pe

---

### 4.3. Técnicas de Recolección de Datos 4.3.1. Técnicas La técnica que se utilizó

repositorio.usmp.edu.pe

#### 4.3.2. InstrumentosEl instrumento que se utilizó en la presente investigación

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### alternativas de respuestas dependiendo el criterio delinvestigador

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### Tabla de ValidezClasificación del instrumento

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### laconfiabilidad en el presente trabajo de investigación, se

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### indicador de confiabilidad llamado el Alfa de

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### Elaboración PropiaInterpretaciónDespués de realizar la prueba de confiabilidad, se...

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### Rangos de nivel de confiabilidadFuente: Análisis de confiabilidad y validez de un c...

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### la presenteinvestigación se utilizó

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### trabajo de investigación se realizó

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### PorcentajeFrecuencia Porcentajeválido

repositorio.usmp.edu.pe

---

#### FrecuenciaPorcentajePorcentajeválidoPorcentajeacumuladoVálido

repositorio.ucv.edu.pe

---

#### PorcentajeFrecuencia Porcentajeválido

Universidad Cesar Vallejo on 2017-07-22