

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS



TESIS

**LA IMPORTANCIA EN LA TOMA DE DECISIONES EN LA GESTIÓN DE
VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LOS ESTADOS FINANCIEROS EN LA TIENDA
LA CURALAO ATE LIMA EN LOS PERIODOS 2017 Y 2018**

PRESENTADO POR EL BACHILLER

MANUEL EDUARDO ARANDA FERNANDEZ

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

LIMA, PERÚ

2021

A Dios y a mis hijos Sebastián y Valeria por ser siempre mi gran fortaleza, mi apoyo para salir adelante y esperanza de cada día.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por haberme permitido llegar a este momento tan importante en mi vida, llenarme de salud, protegerme y darme fuerzas en situaciones difíciles al realizar la tesis.

A los docentes por sus enseñanzas a lo largo de mi carrera profesional, agradecer también a mi asesor de tesis quien me ayudo a llevar a cabo su desarrollo, siempre brindando aportes intelectuales para mejorar cada vez.

INTRODUCCIÓN

Los estados financieros son importantes para cada una de las actividades que realizan las empresas para dar soluciones a los problemas. Por medio de la lectura de los estados financieros presentados a los gerentes, clientes y empleados se pueden dar cuenta del desempeño de la empresa en el mercado.

El Grupo EFEL tiene como brazo financiero a Financiera Efectivo SA como tal otorga principalmente créditos para financiar las compras de electrodomésticos a Conecto Retail SA que opera bajo las marcas de las tiendas Efe y tiendas La Curalao.

En el Primer Capítulo, estamos tomando la problemática de la investigación y así conocer la situación que viene la tienda La Curalao Ate Lima con respecto a los estados financieros de los periodos 2018 y 2017 para la toma de decisiones en la gestión de ventas; donde vemos la problemática de la investigación que realizamos en la tienda La Curalao, tratamos el objetivo, la justificación y sus limitaciones.

En el Segundo Capítulo, vamos a ver el marco teórico de los estados financieros se considera ver antecedentes de la investigación de la tienda, sus teóricas, científicas y términos básicos de la investigación.

Tercer Capítulo, formulación de la hipótesis sus variables o unidades de análisis y se presenta la formulación de la matriz de consistencia.

En el Cuarto Capítulo, vamos a ver el método y diseño de la tesis, donde se trabajó con el método cuantitativo de corte transversal, mediante con una encuesta, debido a que se recopilaron y analizaron los datos de las encuestas sobre las dos variables que vamos a aplicar en la investigación, de igual manera la cantidad de población a participar en las

encuestas, los instrumentos que utilizaremos para la recogida de datos, las técnicas y procesamiento de datos para la ejecución de este.

En el Quinto Capítulo, tenemos los resultados de los datos cualitativos el análisis de los resultados de la discusión de resultados, cerramos con conclusiones y recomendaciones.

Esperando que la tesis haya cumplido con los criterios establecidos por la Universidad Ricardo Palma y sirva de motivación para posteriores investigaciones.

ÍNDICE

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGREDICIMIENTO.....	iii
ÍNDICE.....	vi
LISTA DE TABLAS.....	viii
LISTA DE GRAFICOS.....	xi
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
CAPÍTULO 1 PLANTEAMIENTO DE ESTUDIO.....	1
1.1 Descripción del problema.....	1
1.2 Formulación del problema.....	3
1.2.1 Problema Principal	3
1.2.2 Problema Secundario.	3
1.3 Objetivos, General y Específico	3
1.3.1 Objetivo General.....	3
1.3.2 Objetivo Específico.	4
1.4 Justificación o importancia del estudio.....	4
1.5 Alcance y limitaciones	4
1.5.1 Alcance descriptivo.	4
1.5.2 Alcance Correlacionar.....	5
1.5.3 Limitaciones	5
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	6
2.1 Antecedentes de la investigación.....	6
2.1.1 Antecedente Nacional	6
2.1.2 Antecedente Internacional	8
2.2 Bases Teóricas – científicas	10
2.3 Definición de términos básicos.....	14
CAPÍTULO 111 HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	27

3.1 Hipótesis y/o supuestos básicos	27
3.1.1 Hipótesis General	27
3.1.2 Hipótesis Específicas	27
3.2 Variables o unidades de Análisis	28
3.2.1 Variable independiente. Gestión de ventas	28
3.2.2 Variable dependiente. Estados financieros	28
3.3 Matriz lógica de consistencia	29
CAPÍTULO IV MÉTODO	31
4.1 Tipo y método de investigación	31
4.2 Diseño específico de investigación.	31
4.3 Población, muestra o participantes	31
4.4 Instrumentos de recogida de datos	33
4.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos	34
CAPÍTULO V RESULTADOS Y DISCUSIÓN	37
5.1 Recopilación de los datos del muestreo.	37
5.2 Análisis univariado de los datos	37
5.3 Contraste de hipótesis	74
5.3.1 Planteamos la hipótesis general	74
5.3.2 Hipótesis específica 1	74
5.3.3 Hipótesis específica 2	76
5.3.4 Hipotesis específica 3	76
CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
6.1 Conclusiones	84
6.2 Recomendaciones	85
REFERENCIAS	86
APÉNDICE	89

LISTA DE TABLAS

<i>Tabla 1.</i> Población de investigación por sexo.....	32
<i>Tabla 2.</i> Población por área en la empresa	33
<i>Tabla 3.</i> Prueba del chi cuadrado P1*P29	35
<i>Tabla 4.</i> Prueba del chi cuadrado P1*P30	36
<i>Tabla 5.</i> Análisis de la pregunta 01 Los mensajes de una campaña por escritura son el posicionamiento de la empresa	38
<i>Tabla 6.</i> Análisis de la pregunta 02 Los mensajes de una campaña permiten a los clientes reconocer nuestra marca.....	39
<i>Tabla 7.</i> Análisis de la pregunta 03 La marca permite obtener mejores resultados organizacionales.....	40
<i>Tabla 8.</i> Análisis de la pregunta 04 Mi empresa usa Internet frecuentemente para relacionarse con sus clientes	41
<i>Tabla 9.</i> Análisis de la pregunta 05: Los vendedores tienen conocimiento al día de las campañas de la competencia	42
<i>Tabla 10.</i> Análisis de la pregunta 06 La empresa cuenta con propaganda estándar para las campañas.....	43
<i>Tabla 11.</i> Análisis de la pregunta 07 Nuestro desempeño de aprovisionamiento es superior al de nuestros competidores	44
<i>Tabla 12.</i> Análisis de la pregunta 08 La estructura de aprovisionamiento de mercadería contribuye al buen desempeño	45
<i>Tabla 13.</i> Análisis de la pregunta 09 La empresa cuenta con servicio de posventa para atender a sus clientes	46
<i>Tabla 14.</i> Análisis de la pregunta 10 Los productos que vende la empresa responden a las necesidades del mercado.....	47
<i>Tabla 15.</i> Análisis de la pregunta 11 La empresa permite que sus clientes hagan sugerencias con respecto a las campañas.....	48
<i>Tabla 16.</i> Análisis de la pregunta 12 Contamos con el stock suficiente para afrontar una campaña	49
<i>Tabla 17.</i> Análisis de la pregunta 13 Los empleados asumen como propias las metas establecidas por la empresa.....	50

<i>Tabla 18.</i> Análisis de la pregunta 14 La competencia tiene capacitada a su fuerza de ventas	51
<i>Tabla 19.</i> Análisis de la pregunta 15: Los empleados son capacitados por la empresa	52
<i>Tabla 20.</i> Análisis de la pregunta 16 Las capacitaciones permiten obtener mejores resultados organizacionales	53
<i>Tabla 21.</i> Análisis de la pregunta 17 El clima organizacional de la empresa contribuye al buen desempeño.	54
<i>Tabla 22.</i> Análisis de la pregunta 18 Los empleados motivados permiten mejores resultados organizacionales	55
<i>Tabla 23.</i> Análisis de la pregunta 06 Los gerentes cuentan con información a mano de los estados financieros de la empresa	56
<i>Tabla 24.</i> Análisis de la pregunta 20 El personal está capacitado para analizar los estados financieros y tomar decisiones a favor de la empresa	57
<i>Tabla 25.</i> Análisis de la pregunta 21: Los gerentes de tienda constantemente evalúan la información económica contable a través de la ratio	58
<i>Tabla 26.</i> Análisis de la pregunta 22 Según los resultados de los períodos anteriores, la empresa se encuentra en muy alta rentabilidad	59
<i>Tabla 27.</i> Análisis de la pregunta 23 El gerente de tienda posee un conocimiento claro sobre la liquidez que posee la empresa	60
<i>Tabla 28.</i> Análisis de la pregunta 24 La elaboración de informes periódicos sobre el cumplimiento de las metas en la ejecución presupuestal son necesarios	61
<i>Tabla 29.</i> Análisis de la pregunta 25 Las decisiones de operación ha sido el factor clave que la orientación de la empresa para alcanzar las metas propuestas	62
<i>Tabla 30.</i> Análisis de la pregunta 26 La planificación es el elemento clave para el financiamiento operativo de la empresa	63
<i>Tabla 31.</i> Análisis de la pregunta 27 La participación de la empresa en el mercado está bien vista por su ejercicio económico	64
<i>Tabla 32.</i> Análisis de la pregunta 28 La ventaja competitiva ha generado un valor agregado a la empresa	65
<i>Tabla 33.</i> Análisis de la pregunta 29 Las herramientas de análisis financiero permiten tomar decisiones que ayuden a prevenir hechos futuros o a corregir a tiempo los problemas existentes	66
<i>Tabla 34.</i> Análisis de la pregunta 30 El gerente de tienda brinda a las áreas los recursos para su operación en mejora a la empresa	67

<i>Tabla 35.</i> Análisis de la pregunta 31 El precio mercado es indicador que aplica para calcular el valor creado por la empresa	68
<i>Tabla 36.</i> Análisis de la pregunta 32 Las políticas de financiamiento de la empresa han contribuido en hacerla más competencia	69
<i>Tabla 37.</i> Análisis de la pregunta 33 Las decisiones tomadas en un ejercicio económico de la empresa en la mayoría de los casos son favorables	70
<i>Tabla 38.</i> Análisis de la pregunta 34 El gerente tienen conocimiento de las ratios de pérdidas que tiene la empresa	71
<i>Tabla 39.</i> Análisis de la pregunta 35 El resultado que obtuvo la empresa respecto a la rentabilidad financiera refleja la eficiencia del gerente	72
<i>Tabla 40.</i> Análisis de la pregunta 36: El riesgo financiero tuvo impacto negativo en la rentabilidad de la empresa	73

LISTA DE GRÁFICOS

Figura 1. Poblacion de investigacion del sexo.....	32
Figura 2. Población de la investigación por área de la empresa.....	32
Figura 3 Matriz.....	33
Figura 4. <i>Pregunta 01 Los mensajes de una campaña por escrito y radial son el posicionamiento de la empresa.</i>	38
Figura 5. <i>Pregunta 02 Los mensajes de una campaña permiten a los clientes reconocer nuestra marca.</i>	39
Figura 6. <i>Pregunta 03 La marca permite obtener mejores resultados organizacionales</i>	40
Figura 7. <i>Pregunta 04 Mi empresa usa Internet frecuentemente para relacionarse con sus clientes</i>	41
Figura 8. <i>Pregunta 05: Los vendedores tienen conocimiento al día de las campañas de la competencia</i>	42
Figura 9. <i>Pregunta 06 La empresa cuenta con propaganda estándar para las campañas</i>	43
Figura 10. <i>Pregunta 07 Nuestro desempeño de aprovisionamiento es superior al de nuestros competidores</i>	44
Figura 11. <i>Pregunta 08 La estructura de aprovisionamiento de mercadería contribuye al buen desempeño.</i>	45
Figura 12. <i>Pregunta 09 La empresa cuenta con servicio de posventa para atender a sus clientes</i>	46
Figura 13. <i>Pregunta 10 Los productos que vende la empresa responden a las necesidades del mercado</i>	47
Figura 14. <i>Pregunta 11 La empresa permite que sus clientes hagan sugerencias con respecto a las campañas</i>	48
Figura 15. <i>Pregunta 12 Contamos con el stock suficiente para afrontar una campaña</i>	49
Figura 16. <i>Pregunta 13 Los empleados asumen como propias las metas establecidas por la empresa.</i>	50
Figura 17. <i>Pregunta 14 La competencia tiene capacitada a su fuerza de ventas</i>	51

Figura 18. <i>Pregunta 15: Los empleados son capacitados por la empresa</i>	52
Figura 19. <i>Pregunta 16 Las capacitaciones permiten obtener mejores resultados organizacionales</i>	53
Figura 20. <i>Pregunta 17 El clima organizacional de la empresa contribuye al buen desempeño</i>	54
Figura 21. <i>Pregunta 18 Los empleados motivados permiten mejores resultados organizacionales</i>	55
Figura 22. <i>Pregunta 06 Los gerentes cuentan con información a mano de los estados financieros de la empresa</i>	56
Figura 23. <i>Pregunta 20 El personal está capacitado para analizar los estados financieros y tomar decisiones a favor de la empresa</i>	57
Figura 24. <i>Pregunta 21: Los gerentes de tienda constantemente evalúan la información económica contable a través de la ratio</i>	58
Figura 25. <i>Pregunta 22 Según los resultados de los períodos anteriores, la empresa se encuentra en muy alta rentabilidad</i>	59
Figura 26. <i>Pregunta 23 El gerente de tienda posee un conocimiento claro sobre la liquidez que posee la empresa</i>	60
Figura 27. <i>Pregunta 24 La elaboración de informes periódicos sobre el cumplimiento de las metas en la ejecución presupuestal son necesarios</i>	61
Figura 28. <i>Pregunta 25 Las decisiones de operación ha sido el factor clave que la orientación de la empresa para alcanzar las metas propuestas</i>	62
Figura 29. <i>Pregunta 26 La planificación es el elemento clave para el financiamiento operativo de la empresa</i>	63
Figura 30. <i>Pregunta 27 La participación de la empresa en el mercado está bien vista por su ejercicio económico</i>	64
Figura 31. <i>Pregunta 28 La ventaja competitiva ha generado un valor agregado a la empresa</i>	65
Figura 32. <i>Pregunta 29 Las herramientas de análisis financiero permiten tomar decisiones que ayuden a prevenir hechos futuros o a corregir a tiempo los problemas existentes</i>	66
Figura 33. <i>Pregunta 30 El gerente de tienda brinda a las áreas los recursos para su operación en mejora a la empresa</i>	67
Figura 34. <i>Pregunta 31 El precio mercado es indicador que aplica para calcular el valor creado por la empresa</i>	68

Figura 35. <i>Pregunta 32 Las políticas de financiamiento de la empresa han contribuido en hacerla más competencia</i>	69
Figura 36. <i>Pregunta 33 Las decisiones tomadas en un ejercicio económico de la empresa en la mayoría de los casos son favorables</i>	70
Figura 37. <i>Pregunta 34 El gerente tienen conocimiento de las ratios de pérdidas que tiene la empresa</i>	71
Figura 38. <i>Pregunta 35 El resultado que obtuvo la empresa respecto a la rentabilidad financiera refleja la eficiencia del gerente</i>	72
Figura 39. <i>Pregunta 36: El riesgo financiero tuvo impacto negativo en la rentabilidad de la empresa</i>	73

RESUMEN

El objetivo principal del presente trabajo es determinar de qué manera influye la importancia de los estados financieros en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017 de la empresa Conecto Retail SA. Se utilizó los estados financieros de las empresas Conecto Retail SA, Financiera Efectivo SA. del grupo EFEL tomándose como muestra la Tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017 donde el Grupo EFEL tiene como brazo financiero a Financiera Efectivo, como tal otorga principalmente créditos para financiar las compras de electrodomésticos a Conecto Retail SA. que opera bajo las marcas de las tiendas Efe y tiendas La Curalao. En el presente trabajo se hizo en base de resultados que presentan los cuadros, gráficos y tablas en Excel, la lectura de los estados financieros para visualizar la situación de la tienda de La Curalao de Ate Lima de los periodos 2018 y 2017, de la empresa Conecto Retail SA. Al término de la investigación se llegó a conclusión que es importante contar con los estados financieros en la tienda La Curalao Ate Lima para la toma decisiones del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017

Palabras Clave: Gestión de ventas, estados financieros

ABSTRACT

The main objective of this work is to determine how the importance of the financial statements influences the decision-making process in the sales management of the store manager La Curalao Ate Lima in the 2018 and 2017 periods of the company Conecto Retail SA. The financial statements of the companies Conecto Retail SA, Financiera Efectivo SA were used. of the EFEL group, taking the La Curalao Ate Lima Store as a sample in the 2018 and 2017 periods where the EFEL Group has as financial arm Financial Financial, as such it mainly grants loans to finance the purchases of appliances to Conecto Retail SA. which operates under the brands of Efel stores and La Curalao stores. This work was done based on the results presented by tables, graphs and tables made in Excel. At the same time, the reading of the results of the financial statements to visualize the situation of the La Curalao store in Ate Lima from the 2018 and 2017 periods, of the company Conecto Retail SA. At the end of the investigation it was concluded that it is important to have the financial statements in the La Curalao Ate Lima store for making decisions of the La Curalao Ate Lima store manager in the 2018 and 2017 periods

Keywords: Sales management, financial statements

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.1 Descripción del problema

La actividad de las tiendas especializadas en electrodomésticos concentra el 49 por ciento de las ventas en este mercado nacional, según canales de comercialización, mientras que las tiendas por departamento y home center el 26 por ciento, las tiendas especializadas como Carsa, La Curacao, Elektra, Tiendas Efe e Hiraoka, poseen cerca de 240 locales a nivel nacional.

El mercado de electrodomésticos está segmentado en tres divisiones: línea blanca (refrigeradoras, lavadoras, cocinas, hornos microondas), línea marrón (equipos de audio y vídeo como equipos de sonido, MP3, MP4, televisores, DVD, filmadoras, etc.) y pequeños electrodomésticos (licuadoras, planchas, ollas arroceras, cafeteras, aspiradoras, etc.), donde están sujetas a un comportamiento estacional, concentrándose básicamente en tres campañas: Día de la Madre (mayo), Fiestas Patrias (julio) y Navidad (diciembre), que es la más importante del año.

Los estados financieros son importantes para cada una de las actividades que realizan las tiendas especializadas en electrodomésticos para dar soluciones a los problemas, por medio de la lectura de los estados financieros presentados a los gerentes, clientes y empleados se pueden dar cuenta del desempeño del mercado de electrodomésticos.

La mayoría de las empresas en nuestro país tienen muchos problemas y esto sucede por las malas decisiones que toman los gerente o responsables por no tener los estados financieros a mano y así puedan llevar a la empresa al manejo positivo de la misma todo a base de los estados financieros que tengan conocimiento al día los gerentes de

tienda.

El Grupo EFEL tiene como brazo financiero a Financiera Efectivo SA como tal otorga principalmente créditos para financiar las compras de electrodomésticos a Conecto Retail SA que opera bajo las marcas tiendas Efe y tiendas La Curalao.

Los gerentes de Conecto Retail SA. al no conocer los estados financieros va a existir un mal manejo y desarrollo de las tiendas que tienen a cargo donde va a generar problemas en la falta de stock y de surtido de productos en la tienda y por ende la baja venta de mercadería por falta de stock. También si sumamos la falta de conocimiento para poder usar esta herramienta que son los estados financieros es por eso que el gerente de tienda tiene que tener conocimiento y saber la lectura de los estados financieros y así puedan realizar una buena gestión de ventas. La información tiene que ser rápida para que los gerentes de tienda puedan lograr sus objetivos en la empresa, es por eso nuestra investigación se basa a la importancia de los estados financieros que tiene los gerentes de tienda para la gestión de ventas en la Tienda La Curalao Ate Lima 2017 y 2018 tomando como objeto la importancia de los estados financieros de la empresa Conecto Retail SA. Financiera Efectivo y Tienda La Curalao Ate Lima.

Por otro lado, si tenemos personal que no tiene conocimiento y no acido capacitado en la lectura de los estados financieros no van a tener ideas claras a las decisiones que deben de tomar esto crea problemas de baja de venta en las riendas por varios factores solo por el desconocimiento de los estados financieros.

Después de haber descrito la problemática relacionada con el tema, a continuación, con fines metodológicos fue delimitada en los siguientes aspectos:

Delimitación espacial: El ámbito donde se desarrolló la investigación es en la tienda La Curalao que se dedica a la venta de electrodomésticos, que pertenece a las

empresas del grupo EFEL que tiene como brazo financiero a Financiera Efectivo, como tal otorga principalmente créditos para financiar las compras de electrodomésticos a Conecto Retail que opera bajo las marcas Tiendas EFEL y La Curalao.

Delimitación temporal: tenemos que el periodo temporal es de los años 2018 y 2017

Delimitación social: Es el medio de documentación y sistema interno de ventas SAI donde se pudo ver información de ventas costos y participación de la tarjeta única ya que no cuenta con estados financieros siendo aplicado en la tienda La Curalao Ate Lima.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema Principal.

¿De qué manera influye la importancia de los estados Financieros en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017?

1.2.2 Problema Secundario.

¿Cuáles son los puntos críticos en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017?

¿Qué herramientas debemos tomar para solución de los puntos críticos en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017?

1.3 Objetivos, General y Específico

1.3.1 Objetivo General.

Determinar cómo influye la importancia de los estados financieros en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017

1.3.2 *Objetivos Específicos.*

Identificar los puntos críticos en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017

Aplicar las herramientas para la solución de los puntos críticos en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017

1.4 Justificación o importancia del estudio

La importancia del estudio es porque la mayoría de las empresas están en muchos problemas y todo por la mala decisiones que tienen los gerentes por tener conocimiento de los estados financieros y así puedan operar y tomar buenas decisiones en la gestión de ventas.

Los gerentes de Conecto Retail SA. al no conocer los estados financieros va a ver un mal manejo y desarrollo de las tiendas, esto puede generar situaciones críticas como bajo costos, falta de aprovisionamiento y entregas de productos. También suma el desconocimiento y la falta de capacitación y puedan tener una lectura acertada, creando inconvenientes para tomar decisiones. Donde la oportuna revelación al gerente. Por eso esta investigación se enfocará en la importancia de los estados financieros y su influencia en la toma de decisiones del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017

1.5 Alcance y limitaciones

1.5.1 *Alcance descriptivo.*

El alcance descriptivo ve las situaciones y situaciones como se presentan y buscamos características, perfiles de personas grupos que se ven en el analice a ver

información de manera independiente o conjunto de las variables que tomamos en la tesis.

1.5.2 Alcance Correlacionar.

Conciste en el estudio de correlacionales que responden a preguntas de investigación. Tiene como finalidad conocer la relación o grado de la asociación que existe en dos a más variables analiza la relación entre dos variables y evalúa el grado de asociación de las variables y ve el grado de valor donde empezamos a medir lo primero cada una de ellas y luego lo cuantificamos para analizarlo y poder tener sus vínculos.

1.5.3 Limitaciones.

El presente trabajo de investigación se presentaron problemas ya que no se contaba con información de los estados financieros (estado de situación financiera y estado de resultados) de la tienda La Curalao de Ate Lima, lo que se ha tenido que recopilar información en el sistema SAI y documentación, para poder tener los resultados de las ventas, costos, márgenes de ganancia de los productos vendidos al crédito y al contado, pago de servicios, pago de terceros, pago de planillas, pago de alquileres y otros, toda esta información se presentó a recopilar de la gestión de la tienda de La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017, cruzando dicha información con los estados financieros de Conecto Retail SA y Financiera efectivo del grupo EFEL

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes de la investigación

Se realizó búsquedas por internet sobre tesis que tenga lo mismo de mi investigación que he realizado que es **“La gestión de ventas y su incidencia en los estados financieros en La Curalao Lima Metropolitana en los años 2018 y 2017”** donde se puede mencionar a continuación algunos trabajos, que han servido de marco referencial para la elaboración de las bases teóricas y prácticas del presente trabajo, en virtud que presentan ciertos criterios y similitudes que se consideran de utilidad para alcanzar los objetivos planteados.

2.1.1 *Antecedentes Nacionales.*

Pacheco, (2010), en la investigación titulada: La contabilidad gerencial y su incidencia en las finanzas de las pequeñas empresas gráficas en el distrito de Villa El Salvador, en la Universidad de Lima-Perú.

En su tesis concluye que la contabilidad gerencial contribuye al mejoramiento en las finanzas de la pequeña empresa gráfica en el distrito de Villa El Salvador. Con esta investigación se demostró el resultado efectivo de la utilización o aplicación de la Contabilidad Gerencial en las pequeñas empresas gráficas de Villa El Salvador, puesto que no existen antecedentes de su aplicación en dichas empresas, asimismo, un factor de gran importancia es que las pequeñas empresas deben de considerar el proceso de capacitación al personal, como un hecho que se dar.

Comentario:

La investigación aporta como tema fundamental que la capacitación finanzas de las pequeñas empresas debe darse en un proceso continuo, desarrollando conocimientos,

habilidades y destrezas que respondan a los constantes cambios del mundo de los negocios.

Ribbeck, Ch. (2014) “Análisis e interpretación de estados financieros: herramienta clave para la toma de decisiones en las empresas de la industria metalmecánica del distrito de Ate Vitarte”, universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

En la investigación vamos a ver sus resultados hay una deficiente toma de decisiones por falta de análisis e interpretación de los estados financieros y así tomar estrategias y mecanismos en mejoras de la producción y servicios.

Comentario:

El análisis financiero en las empresas del rubro metalmecánica en el distrito de Ate Vitarte no cuenta con información contable actualizada, teniendo el 50% de dichas empresas que no planifican y al no hacerlo no tienen una buena decisión financiera que valla a favor de la empresa.

El valor económico agregado EVA es el resultado del producto obtenido por la diferencia entre la rentabilidad de los activos y el costo de financiación del capital, y así tomar decisiones en la empresa donde permite tomar estrategias y objetivos encaminados especialmente en la creación de valor

Tanaka, G. (2001). Análisis de Estados Financieros para la Toma de Decisiones. Tesis (Doctoral) Pontificia Universidad Católica del Perú. Facultad de Ciencias Contables.

Comentario:

El objetivo es interpretar y analizar la información contable financiera utilizando herramientas claves para la toma de decisiones a nivel gerencial. Teniendo como metodología la descriptiva y su hipótesis es aprobar el análisis e interpretación de la información contable financiera.

El futuro de la empresa va de las decisiones que tomen los socios donde tiene que trabajar el análisis FODA. La información contable financiera da como resultados negativos la rentabilidad de la empresa donde son reflejados en ratio de EVA y no genera expectativas de los accionistas.

Zavala, M. (2005). *La Contabilidad Financiera y la Toma de Decisiones en las Empresas Sector Industrial*. Tesis (Doctoral) Universidad Nacional Federico Villarreal. Escuela Universitaria de Post Grado.

La importancia de la contabilidad financiera en la toma de decisiones en la gestión, liquidez y rentabilidad del sector metalmecánica. Su metodología es descriptiva explicativa.

Comentario:

La contabilidad financiera es una herramienta fundamental para registrar, evaluar y ver las transacciones de las empresas.

Los resultados de la rentabilidad de los estados financieros facilitan a los gerentes en las tomas de decisiones en las empresas.

2.1.2 Antecedentes Internacionales.

Perez (2010), afirma en la tesis “Análisis financiero para la toma de decisiones en una empresa maquiladora dedicada a la confección de prendas de vestir” para obtener el título profesional de Contador, en la Universidad San Carlos de Guatemala.

El problema de investigación que se planteó a los ejecutivos de la empresa está relacionado con los resultados de la información financiera que, actualmente, presenta el departamento de contabilidad a la gerencia financiera. Por lo anterior, el presente trabajo plantea los objetivos a alcanzar y la hipótesis que se debe comprobar.

para la solución del problema planteado. El objetivo general fue realizar un análisis financiero que permita medir los resultados por medio de indicadores financieros.

Comentario:

Sobre la situación financiera de la empresa y que es necesaria para la toma de decisiones financieras y administrativas, señalar las fortalezas y debilidades financieras de la empresa, identificar el tipo de información que sea más relevante dentro la estructura de sus estados financieros, conocer las causas más frecuentes de dificultades financieras que existen en la empresa, para poder tomar la decisión adecuada que permita resolver dichas deficiencias. El principal problema es la falta de una herramienta de análisis financiero para la toma de decisiones, que permita realizar una correcta evaluación a los estados financieros, y explicar la situación financiera.

Sánchez, P. (2011), “Análisis Financiero y su incidencia en la toma de decisiones de la empresa Vihalmotos”, Universidad técnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoría.

El proyecto de investigación tiene como objetivo, analizar los Estados Financieros para la correcta Toma de Decisiones, en la empresa VIHALMOTOS, dedicados a la venta de motocicletas. Su hipótesis es evidenciar la falta de herramientas para el análisis y tomar decisiones a favor de la empresa.

Comentario:

El análisis de los estados financieros es fundamental para las empresas y al no tenerlas crea un riesgo como lo tiene la empresa VIHALMOTOS en la actualidad

Con la creación de un cuadro de mando integral buscamos ser eficientes teniendo datos oportunos para el análisis financiero en la toma de decisiones mejor acertadas en la empresa VIHALMOTOS

Pérez, J. (2010), “Análisis Financiero para la toma de decisiones, en una empresa, maquiladora dedicada a la confección de prendas de vestir”, Universidad San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias económicas.

El objetivo de la investigación es buscar las herramientas de loa análisis financiero y así tengan buenas tomas de decisiones y dar con la situación financiera de la empresa maquiladora, se trabajó con el método científico y se aplicó a lo particular deductivo

Comentario:

La empresa maquiladora no cuenta con herramientas que permita ver los resultados y al no tenerlo no tiene opinión acertada de la situación financiera de la empresa y poder tomar decisiones acertadas.

La toma de decisiones oportunas es generada a raíz de la buena actividad productiva y todo gracias a los indicadores de desempeño definidos en el área de finanzas de la empresa.

2.2 Bases Teóricas – científicas.

La contabilidad tiene sus inicios desde que los pueblos empiezan a crecer creando así el sistema contable de una forma más simple, el hombre empezó a satisfacer sus necesidades de alimento y vestido. Desde hace miles de años, la contabilidad se ha adaptado a las necesidades informativas de las unidades económicas en las que opera. La aparición de los primeros rudimentos contables fue en Egipto, donde solo era necesario un sistema basado en la partida simple, anotando en un papiro los activos y las obligaciones; posteriormente el creciente comercio y la Revolución Industrial, demandaron una necesidad de información mucho mayor.

La actividad financiera existe desde el primer momento en que se utiliza el dinero como medida de valor e instrumento de cambio de cualquier tipo de transacción. Desde

épocas muy remotas, la obtención de beneficio económico ha sido de gran importancia para el hombre, como medio de garantizar su subsistencia y mejorar su calidad de vida.

2.2.1 Los estados financieros.

Los estados financieros, también denominados cuentas anuales, informes financieros o estados contables, son el reflejo de la contabilidad de una empresa y muestran la estructura económica de ésta. En los estados financieros se plasman las actividades económicas que se realizan en la empresa durante un determinado período.

Son alcances que brindan información de la situación financiera de una empresa, de manera formal, con un orden establecido (Franco, 2004, p. 44)

2.2.2 La finalidad de los estados financieros.

Es mostrar la situación financiera en que se encuentra la empresa, de manera tal que comunica los cambios habidos, las decisiones tomadas y resultados de las actividades realizadas, sus salidas y entradas de dinero, y flujo de capital contable de la empresa. (Rodríguez, 2012, p.4) (Flores Soria, 2008)

2.2.3 Los Estados Financieros según la Norma Internacional de Contabilidad.

Presentación de Estados Financieros, oficializada con resolución del Consejo Normativo de Contabilidad Nro. 044-2010-EF/94 y publicado en El Peruano el 29.AGO.10; Indica lo siguiente: Párrafo 9. Los Estados Financieros constituyen una representación estructurada de la situación y rendimiento financieros de una entidad. El objeto de los estados financieros es suministrar información acerca de la situación financiera, del rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de una entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas. Los estados financieros también muestran los resultados de gestión realizada por los administradores con los recursos que le han sido confiados. Para cumplir con este objetivo, los estados financieros suministrarán información Acerca de los siguientes

elementos de una entidad:

- Activo
- Pasivo
- Patrimonio
- Ingresos y gastos en los que se incluyen las ganancias y pérdida.
- Aportaciones de los propietarios y distribuciones a los mismos en su condición de tales.

Los estados financieros sirven de base para otros informes, incluyendo cuadros y gráficos que permiten definir la rentabilidad, solvencia, liquidez, valor en bolsa y otros parámetros que son fundamentales para manejar las finanzas de una institución.

2.2.4 La interpretación Financiera.

Por interpretación debemos entender que es la apreciación relativa de conceptos y cifras del contenido de los estados financieros, basado en el análisis y la comparación consistiendo en una serie de juicios personales relativos al contenido de los estados financieros, basados en el análisis y en la comparación, es la emisión de un juicio criterio u opinión de la información contable de una empresa, por medio de técnicas o métodos de análisis que hacen más fácil su comprensión y presentación.

2.2.5 Toma de Decisiones a partir de los Estados.

Los estados financieros son los que muestran al gerente el desempeño en cuanto a rentabilidad y situación financiera de la empresa, siempre y cuando estén al día, que la información no anteceda los 15 días, van a contribuir a una excelente toma de decisiones en aras de una organización exitosa.

2.2.6 El gerente Financiero.

Es el encargado de procesar de la manera más eficiente dicha información, así se puede utilizar ésta para preparar índices financieros, donde se pueden medir niveles

actuales de rendimiento, revelar tendencias y ser utilizados como objetivos para la planificación; Así pues, los gerentes financieros apoyados por una buena contabilidad procesada presentan a la gerencia general o a las juntas directivas los estados financieros con sus índices y lecturas porcentuales para la respectiva toma de decisiones que hacen los mismos.

El gerente puede hallar estas situaciones favorables o desfavorables por medio de comparaciones para ello existen 4 estándares:

1. Estándares mentales del analista, es decir, su propio criterio sobre lo que es adecuado o inadecuado, formado a través de su experiencia y estudio personal.
2. Las razones o indicadores de la misma empresa, obtenidos en años anteriores.
3. Las razones o indicadores calculados con base en los presupuestos de la empresa, fijados estos como la meta de la compañía.
4. Las razones o indicadores promedio de la industria de la cual hace parte la empresa analizada.

2.2.7 Objetivos del Análisis Financiero para la toma de decisiones.

Es brindar a sus usuarios información razonable sobre la situación actual de la empresa durante un período determinado, con la finalidad de que se tomen decisiones a favor de la empresa. Es aquella que proporciona a los inversionistas y usuarios información útil que les permita predecir, comparar y evaluar los flujos potenciales de efectivo de la empresa.

2.2.8 Estados financieros básicos para el Análisis Financiero.

El análisis Financiero se basa en la utilización de fuentes de información que aportan datos sobre el pasado y el presente de una empresa, permitiendo hacer previsiones sobre el futuro de esta, esta fuente de información son los Estados

Financieros. La fecha de formulación de los Estados Financieros es un factor importante para su examen y su consiguiente interpretación. Generalmente se elige ejercicio anual el período comprendido del 1 de enero al 31 de diciembre, pero en la actualidad estos son revisados mensualmente. Varios autores definen a estados financieros a su estilo, tales como: Según la Accid -Asociación de unión de profesionales y académicos (2005) “Los estados financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de una entidad”. El objetivo de los estados financieros es suministrar información acerca de la situación financiera, del rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de una entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas. Los estados financieros también muestran los resultados de la gestión realizada por los administradores con los recursos que les han sido confiados. Para cumplir este objetivo, los estados financieros suministrarán información acerca de los siguientes elementos de una entidad” (página 17) activos; pasivos; patrimonio; ingresos y gastos, en los que se incluyen las ganancias y pérdidas; aportaciones de los propietarios y distribuciones a los mismos en su condición de tales

Según Arturo Morales Castro (2005) “Los Estados financieros son los que presentan los recursos generados o utilidades en la operación, los principales cambios ocurridos en la estructura financiera de la entidad y su reflejo final en el efectivo e inversiones temporales a través de un periodo determinado” (página 70)

2.3 Definición de términos básicos

2.3.1 Estados de Resultados.

Es el informe que representa la situación Económica de la empresa (Apaza, 2003, p.441). Según Rodríguez (2012) este estado financiero muestra información de los logros de una empresa en un tiempo dado, con los respectivos ingresos obtenidos,

sus costos y gastos generados para lograr calcular si obtiene ganancia o pérdida para el periodo; resulta ser un extracto de los resultados de las operaciones de la empresa.

2.3.2 Estados financieros consolidados.

Son los estados financieros de un grupo en el que los activos, pasivos, patrimonio, ingresos, gastos, y flujos de efectivo de la controladora y sus subsidiarias se presentan como si se tratase de una sola entidad económica. Estados financieros separados son los presentados por una controladora (es decir, un inversor con el control de una subsidiaria) o un inversor con control conjunto en una participada o influencia significativa sobre ésta, en la que las inversiones se contabilizan al costo o de acuerdo con la NIIF 9 Instrumentos Financieros.

Los siguientes términos se definen en el Apéndice A de la NIIF 10 Estados Financieros Consolidados, Apéndice A de la NIIF 11 Acuerdos Conjuntos y párrafo 3 de la NIC 28 Inversiones en Asociadas y Negocios Conjuntos

1. Asociada
2. Control de una participada
3. Grupo
4. Entidad de inversión
5. Control conjunto
6. Negocio conjunto
7. Partícipes de un negocio conjunto
8. Estados financieros separados

Son los presentados además de los estados financieros consolidados o junto con estados financieros en los que las inversiones en asociadas o negocios conjuntos se contabilizan utilizando el método de la participación, en circunstancias distintas de las

establecidas en los párrafos 8 y 8A. No será necesario que los estados financieros separados se anexen o acompañen a los estados financieros consolidados.

Los estados financieros en los que se aplica el método de la participación no son estados financieros separados. De forma análoga, los estados financieros de una entidad que no tenga una subsidiaria, una asociada o una participación en negocios conjuntos no son estados financieros separados.

Son los estados financieros de un grupo en el que los activos, pasivos, patrimonio, ingresos, gastos, y flujos de efectivo de la controladora y sus subsidiarias se presentan como si se tratase de una sola entidad económica

2.3.3 Estados Financieros Separados.

Esta Norma deberá aplicarse a la contabilidad de las inversiones en subsidiarias, negocios conjuntos y asociadas en el caso de que una entidad opte por presentar estados financieros separados, o esté obligada a ello por las regulaciones locales.

Esta norma no establece qué entidades elaborarán estados financieros separados. Se aplica en el caso de que una entidad elabore estados financieros separados que cumplan con las Normas Internacionales de Información Financiera.

Su objetivo de esta Norma es prescribir los requerimientos de contabilización e información a revelar para las inversiones en subsidiarias, negocios conjuntos y asociadas cuando una entidad prepara estados financieros separados y tiene como alcance aplicarse a la contabilidad de las inversiones en subsidiarias, negocios conjuntos y asociadas en el caso de que una entidad opte por presentar estados financieros separados, o esté obligada a ello por las regulaciones locales.

2.3.4 Finalidad de los estados financieros.

Los estados financieros constituyen una representación estructurada de la

situación financiera y del rendimiento financiero de la entidad. El objetivo de los estados financieros con propósitos de información general es suministrar información acerca de la situación financiera, del rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de la entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas.

2.3.5 Norma Internacional de Contabilidad 1. Presentación de los estados financieros.

Presentación de estados financieros y se aplicará en los ejercicios anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2005. Se aconseja su aplicación anticipada. El objetivo: Esta Norma consiste en establecer las bases para la presentación de los estados financieros con propósitos de información general, a fin de asegurar que los mismos sean comparables, tanto con los estados financieros de la misma entidad de ejercicios anteriores, como con los de otras entidades diferentes. Para alcanzar dicho objetivo, la Norma establece, en primer lugar, requisitos generales para la presentación de los estados financieros y, a continuación, ofrece directrices para determinar su estructura, a la vez que fija los requisitos mínimos sobre su contenido. Tanto el reconocimiento, como la valoración y la información a revelar sobre determinadas transacciones y otros eventos, se abordan en otras Normas e Interpretaciones.

Esta Norma se aplicará a todo tipo de estados financieros con propósitos de información general, que sean elaborados y presentados conforme a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

Los estados financieros con propósitos de información general son aquellos que pretenden cubrir las necesidades de los usuarios que no estén en condiciones de exigir

informes a la medida de sus necesidades específicas de información. Los estados financieros con propósito de información general comprenden aquéllos que se presentan de forma separada, o dentro de otro documento de carácter público, como el informe anual o un folleto o prospecto de información bursátil.

Esta Norma no se aplicará a la estructura y contenido de los estados financieros intermedios que se presenten de forma condensada y se elaboren de acuerdo con la NIC 34 Información financiera intermedia. No obstante, los párrafos 13 a 41 serán aplicables a dichos estados. Las reglas fijadas en esta Norma se aplicarán de la misma manera a todas las entidades, con independencia de que elaboren estados financieros consolidados o separados, como se definen en la NIC 27 Estados financieros consolidados y separados.

Esta Norma utiliza terminología propia de las entidades con ánimo de lucro, incluyendo las pertenecientes al sector público. Si las entidades con actividades sin fines de lucro del sector privado o del sector público aplican esta Norma, podrían verse obligadas a modificar las descripciones utilizadas para partidas específicas de los estados financieros, e incluso para éstos. Sin embargo, los párrafos 15 a 35 se aplicarán a estos estados financieros. Esta Norma se aplicará de la misma forma a todas las entidades, incluyendo las que presentan estados financieros consolidados y las que presentan estados financieros separados, como se definen en la NIC 27 Estados Financieros Consolidados y Separados. Similarmente, las entidades que carecen de patrimonio, tal como se define en la NIC Instrumentos Financieros: Presentación (por ejemplo, algunos fondos de inversión), y las entidades cuyo capital en acciones no es patrimonio (por ejemplo, algunas entidades cooperativas) podrían tener la necesidad de adaptar la presentación en los estados financieros de las participaciones de sus miembros o participantes.

2.3.6 Norma Internacional de Contabilidad 2. Inventarios

El objetivo de esta Norma es prescribir el tratamiento contable de los inventarios. Un tema fundamental en la contabilidad de los inventarios es la cantidad de costo que debe reconocerse como un activo, para que sea diferido hasta que los ingresos correspondientes sean reconocidos. Esta Norma suministra una guía práctica para la determinación de ese costo, así como para el subsiguiente reconocimiento como un gasto del periodo, incluyendo también cualquier deterioro que rebaje el importe en libros al valor neto realizable. También suministra directrices sobre las fórmulas del costo que se usan para atribuir costos a los inventarios.

Dentro de sus alcances tenemos:

1. Esta Norma debe ser aplicada, dentro de los estados financieros, preparados en el contexto del sistema de costo histórico, para contabilizar los inventarios que no sean:
 - (a) obra en proceso, proveniente de contratos de construcción, incluyendo los contratos de servicio relacionados con ella (véase la NIC 11 Contratos de Construcción);
 - (b) instrumentos financieros; y
 - (c) inventarios procedentes de la producción agrícola, ganadera y forestal y minas de mineral, que estén en poder de los productores, siempre que sean medidos al valor neto realizable, de acuerdo con las prácticas tradicionalmente establecidas en ciertas industrias; y
 - (d) Activos biológicos relacionados con la actividad agrícola (véase NIC 41 Agricultura).
2. La presente Norma sustituye a la NIC 2 Valoración y Presentación de los

Inventarios según el Sistema del Costo Histórico, aprobada en 1975.

3. Los inventarios a que se ha hecho referencia en 1(c) se miden al valor neto realizable en ciertos estadios de la producción. Ello ocurre, por ejemplo, cuando se han recogido las cosechas agrícolas o se han extraído las menas del mineral, siempre que su venta esté asegurada por un contrato de futuro o la garantía del gobierno, o bien cuando existe un mercado homogéneo, donde el riesgo de fracasar en la venta es mínimo. Tales inventarios, como se ha dicho, caen fuera del alcance de la presente Norma.

Los inventarios son activos:

- (a) poseídos para ser vendidos en el curso normal de la operación;
- (b) en proceso de producción de cara a tal venta; o
- (c) en la forma de materiales o suministros, para ser consumidos en el proceso de producción, o en el suministro de servicios.

Valor neto realizable es el precio estimado de venta de un activo en el curso normal de la operación, menos los costos estimados para terminar su producción y los necesarios para llevar a cabo la venta.

Entre los inventarios también se incluyen los bienes comprados y almacenados para revender, entre los que se encuentran, por ejemplo, las mercancías adquiridas por un minorista para revender a sus clientes, también los terrenos u otros activos inmobiliarios que se tienen para ser vendidos a terceros. También son inventarios los productos terminados o en curso de fabricación por la empresa, así como los materiales y suministros para ser usados en el proceso productivo. En el caso de un suministrador de servicios, como se describe en el párrafo 16, los inventarios estarán

formados por el costo de los servicios para los que la empresa no ha reconocido todavía el ingreso ordinario correspondiente (véase la NIC 18 Ingresos Ordinarios).

El costo de los inventarios debe comprender todos los costos derivados de la adquisición y conversión de los mismos, así como otros costos en los que se ha incurrido para darles su condición y ubicación actuales.

2.3.7 Norma Internacional de Contabilidad 15. Información para Reflejar los Efectos de los Cambios en los Precios

En su reunión de octubre de 1989, el Consejo del IASC aprobó la siguiente declaración, para añadir a la NIC 15 Información para Reflejar los Efectos de los Cambios en los Precios: "El consenso internacional respecto a la revelación de información financiera para reflejar los efectos de cambios en los precios, que se preveía cuando se emitió la NIC 15, no se ha alcanzado. Por ello, el Consejo del IASC ha decidido que no es necesario que las empresas revelen la información exigida en la citada NIC 15, para que sus estados financieros cumplan con las Normas Internacionales de Contabilidad. No obstante, el Consejo del IASC aconseja a las empresas que presenten tal información, debiendo en tal caso revelar la información sobre las partidas requeridas por la NIC 15."

Esta Norma debe ser aplicada para reflejar los efectos de los cambios en los precios sobre la determinación de los resultados de la empresa y su posición financiera.

La Norma Internacional de Contabilidad 15 Información para reflejar los Efectos de los Cambios en los Precios (NIC 15) está contenida en los párrafos 1 a 27. Todos los párrafos tienen igual valor normativo, si bien la Norma conserva el formato IASC que tenía cuando fue adoptada por el IASB. La NIC 15 debe ser entendida en el contexto del Prólogo a las Normas Internacionales de información Financiera y del Marco

Conceptual para la Preparación y Presentación de los Estados Financieros. En los mismos se suministran las bases para seleccionar y aplicarlas políticas contables que no cuenten con directrices específicas.

2.3.8 Norma Internacional de Contabilidad 27 Estados financieros consolidados y separados

Estados Financieros Consolidados y Separados esta norma se aplicará en la elaboración y presentación de los estados financieros consolidados de un grupo de entidades bajo el control de una controladora. Esta Norma no aborda los métodos para contabilizar las combinaciones de negocios ni sus efectos en la consolidación, entre los que se encuentra el tratamiento de la plusvalía que surge de una combinación de negocios (véase la NIIF 3 Combinación de Negocios

En el caso de que una entidad opte por presentar estados financieros separados, o esté obligada a ello por las regulaciones locales, aplicará también esta Norma al contabilizar las inversiones en subsidiarias, entidades controladas de forma conjunta y asociadas.

2.3.9 Norma Internacional de Contabilidad 28. Inversiones en Asociadas y Negocios Conjuntos

El objetivo de esta Norma es prescribir la contabilidad de las inversiones en asociadas y establecer los requerimientos para la aplicación del método de la participación al contabilizar las inversiones en asociadas y negocios conjuntos. Se aplicará a todas las entidades que sean inversores con control conjunto de una participada o tengan influencia significativa sobre ésta

Los siguientes términos se usan en esta Norma con los significados que a

continuación se especifican:

1. Un acuerdo conjunto es un acuerdo mediante el cual dos o más partes mantienen control conjunto.
2. Una asociada es una entidad sobre la que el inversor tiene una influencia significativa.
3. Control conjunto es el reparto del control contractualmente decidido de un acuerdo, que existe solo cuando las decisiones sobre las actividades relevantes requieren el consentimiento unánime de las partes que comparten el control.

Estados financieros consolidados son los estados financieros de un grupo en el que los activos, pasivos, patrimonio, ingresos, gastos y flujos de efectivo de la controladora y sus subsidiarias se presentan como si se tratase de una sola entidad económica.

El método de la participación es un método de contabilización según el cual la inversión se registra inicialmente al costo, y es ajustada posteriormente por los cambios posteriores a la adquisición en la parte del inversor de los activos netos de la participada. El resultado del periodo del inversor incluye su participación en el resultado del periodo de la participada, y el otro resultado integral del inversor incluye su participación en el otro resultado integral de la participada.

Un negocio conjunto es un acuerdo conjunto mediante el cual las partes que tienen control conjunto del acuerdo tienen derecho a los activos netos del acuerdo.

Un participante en un negocio conjunto es una parte de un negocio conjunto que tiene control conjunto sobre éste.

2.3.10 Norma Internacional de Información Financiera 15. Ingresos de

Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes

Su objetivo de esta Norma es establecer los principios que aplicará una entidad para presentar información útil a los usuarios de los estados financieros sobre la naturaleza, importe, calendario e incertidumbre de los ingresos de actividades ordinarias y flujos de efectivo que surgen de un contrato con un cliente.

Para cumplir el objetivo del párrafo 1, el principio básico de esta Norma es que una entidad reconocerá los ingresos de actividades ordinarias para representar la transferencia de los bienes o servicios comprometidos con los clientes por un importe que refleje la contraprestación a que la entidad espera tener derecho, a cambio de dichos bienes o servicios es considerado los términos del contrato y todos los hechos y circunstancias relevantes cuando aplique esta Norma. Una entidad aplicará esta Norma, incluyendo el uso de cualquier solución práctica, de forma congruente a los contratos con características similares y en circunstancias parecidas.

Esta Norma especifica la contabilización de un contrato individual con un cliente. Sin embargo, como una solución práctica, una entidad puede aplicar esta Norma a una cartera de contratos (u obligaciones de desempeño) con características similares, si la entidad espera de forma razonable que los efectos sobre los estados financieros de aplicar esta Norma a la cartera no diferirían de forma significativa de su aplicación a cada contrato individual (u obligación de desempeño) de la cartera. Al contabilizar una cartera, una entidad utilizará estimaciones y suposiciones que reflejen el tamaño y composición de la cartera

2.3.11 Métodos de análisis financiero

El análisis financiero consiste en recopilar los estados financieros para comparar y estudiar las relaciones existentes entre los diferentes grupos de cada uno y

observar los cambios presentados por las distintas operaciones de la empresa.

La interpretación de los datos obtenidos, mediante el análisis financiero, permite a la gerencia medir el progreso comparando los resultados alcanzados con las operaciones planeadas y los controles aplicados, además informa sobre la capacidad de endeudamiento, su rentabilidad y su fortaleza o debilidad financiera, esto facilita el análisis de la situación económica de la empresa para la toma de decisiones

Los métodos de análisis financiero se consideran como los procedimientos utilizados para simplificar, separar o reducir los datos descriptivos y numéricos que integran los estados financieros, con el objeto de medir las relaciones en un solo periodo y los cambios presentados en varios ejercicios contables.

2.3.12 Método de Análisis Horizontal.

Por medio de este método, se pueden hacer comparaciones de los Estados Financieros correspondientes a varios periodos, esto es muy significativo pues conocer el pasado económico de la empresa, figura ya no cometer los mismos errores o de otra manera buscar alternativas de mejoramiento óptimo, con el propósito de mantenerse en el mercado y obtener las mejores utilidades Este método nos presenta, el método de aumentos y disminuciones y el método de tendencias.

2.3.13 Método de Análisis Vertical

Conocido también como método de porcentos integrales, es llamado así porque, cada estado se reduce al total del 100%, por lo tanto, cada partida tendrá un porcentaje que forma parte de ese total y cada porcentaje mostrará la relación de la partida con su total respectivo.

La aplicación de porcentos integrales al Estado de Situación Financiera, nos indica la proporción con la que se encuentran invertidos los recursos totales de la empresa en cada tipo o clase de activo, así como la proporción con la cual se

encuentran financiados, tanto por los acreedores como por los accionistas de esta.

Por medio de este método, el análisis se lleva a cabo a través de las comparaciones entre los distintos estados financieros correspondientes a un mismo periodo, estableciendo las relaciones que existen entre unas cuentas y otras o entre un grupo de ellas en un solo estado financiero. El análisis vertical es de gran importancia a la hora de establecer si una empresa tiene una distribución de sus activos equitativa y de acuerdo con las necesidades financieras y operativas.

2.3.14 Método histórico.

En el método histórico se analizan tendencias, ya sea de porcentajes, índices o razones financieras, puede graficarse para una mejor ilustración

CAPÍTULO III

HIPOTESIS Y VARIABLES

1.1 Hipótesis y/o supuestos básicos

1.1.1 *Hipótesis General.*

Los estados financieros influyen favorablemente en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda de La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017

1.1.2 *Hipótesis Específicas.*

Edificados los puntos críticos el gerente de tienda toma decisiones en la gestión de ventas en la tienda La Curalao en los periodos 2018 y 2017

La aplicación de las herramientas en la toma de decisiones incide en forma favorable al gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017

1.2 Variables o unidades de Análisis

1.2.1 Variable independiente. Gestión de ventas.

Tabla 01

Variable Independiente (X): Gestión de Ventas

VARIABLE DEPENDIENTE (X): GESTION DE VENTAS		
DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
MARKETIG	Mensajes (E/G/V)	Encuesta
	Medios de comunicación/ redes	
	Campañas	
STOCKMERCADERIA	Aprovisionamiento	Encuesta
	Ofertas / Plus	
	Mercaderia campaña	
EVALUACION DE LA FUERZA DE VENTAS	Competencia	Encuesta
	Capacitacion	
	Incentivos / Memoradum	

Fuente elaboración propia

1.2.2 Variable dependiente. Estados financieros

Tabla 02

Variable Dependiente (Y): Estados Financieros

VARIABLE DEPENDIENTE (Y): ESTADOS FINANCIEROS		
DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA	Inventarios	Encuesta
	Cuentas por cobrar comerciales	
	Efectivo y equivalente de efectivo	
ESTADO DE RESULTADOS	ventas	Encuesta
	Costo de ventas	
	Ganancia bruta	
EVALUCIÓN DEL DESEMPEÑO EMPRESARIAL	Rentabilidad	Encuesta
	Actividad de gestion	
	Liquidez	

Fuente elaboración propia

1.3 Matriz lógica de consistencia

Tabla 03

Matriz lógica de consistencia

LA GESTION DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LOS ESTADOS FINANCIEROS EN LA CURALAO LIMA METROPOLITANA EN LOS PERIODOS 2018 Y 2017						
PROBLEMAS	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLE	DIMENCIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
PROBLEMA PRINCIPAL ¿De qué manera influye la importancia de los estados Financieros en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017?	OBJETIVO PRINCIPAL Determinar cómo influye la importancia de los estados financieros en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017	HIPOTESIS PRINCIPAL Los estados financieros influyen favorablemente en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda de La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017	Variable Independiente: GESTION DE VENTAS	MARKETIG	Mensajes (E/G/V) Medios de comunicación/ redes Campañas	Para la recolección de datos se dieron inicialmente con las técnicas de observación, posteriormente se recurrió al análisis documental donde luego se recolectó a través de la encuesta mediante el instrumento de medición de un cuestionario Lickert.
				STOCK MERCADERIA	Aprovisionamiento Ofertas / Plus Mercadería campaña	
				EVALUACION DE LA FUERZA DE VENTAS	Competencia Capacitación Incentivos / Memoradum	
PROBLEMA ESPECIFICOS ¿Cuáles son los puntos críticos en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017? ¿Qué herramientas debemos tomar para solución de los puntos críticos en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017?	OBJETIVOS ESPECIFICOS Identificar los puntos críticos en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017 Aplicar las herramientas para la solución de los puntos críticos en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017	HIPOTESIS ESPECIFICOS Edificados los puntos críticos el gerente de tienda toma decisiones en la gestión de ventas en la tienda La Curalao en los periodos 2018 y 2017 La aplicación de las herramientas en la toma de decisiones incide en forma favorable al gerente de tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017	Variable dependiente: ESTADOS FINANCIEROS	ESTADO DE SITUACION FINANCIERA	Inventarios Cuentas por cobrar comerciales Efectivo y equivalente de efectivo	
				ESTADO DE RESULTADOS	ventas Costo de ventas Ganancia bruta	
				EVALUCION DEL DESEMPEÑO EMPRESARIAL	Rentabilidad Actividad de gestión Liquidez	

Fuente elaboración propia

La matriz lógica de consistencia es un instrumento fundamental en el trabajo de investigación consta de varios cuadros formados por filas y columnas, el cual permite al investigador evaluar el grado de conexión lógica y coherencia entre el título, el problema, los objetivos, las hipótesis, las variables e instrumentos de investigación; de mismo modo la población y la muestra correspondiente de estudio a tomar.

En consecuencia, la matriz facilita tener una visión general de estudio, puesto que permite al investigador ubicar las actividades que se plantean como necesarias para dar cumplimiento a los resultados. Por un lado, permite sumar en forma vertical, el total de acciones que requiere un resultado para hacer realidad. Y por el otro lado, permite la suma horizontal de los resultados que son impactados en una relación causa – efecto por una misma acción, identificándose a sí el valor de una actividad por la cantidad de resultados a los que va a beneficiar.

La importancia de una matriz de consistencia (Apéndice: A) radica puesto que permite observar la lógica interna de la propuesta de estudio, para luego validar o corregir la matriz en mención, que haya cohesión, firmeza y solidez en las distintas partes, de modo que, es importante para el investigador de la misma forma para quienes lo evalúan.

CAPÍTULO IV

MÉTODO

2.1 Tipo y método de investigación

La presente investigación aplica tanto el método cuantitativo de corte trasversal, mediante con una encuesta, debido a que se recopilaron y analizaron los datos de las encuestas sobre las dos variables (independiente y dependiente), tal es el caso de la presente tesis, en el cual se recolectó información sobre la gestión de ventas del gerente de tienda La Curalao Ate Lima, siendo el tipo de la investigación descriptiva no experimental.

2.2 Diseño específico de investigación.

El diseño de la investigación de la tesis es el deductivo, que en lo general explica lo específico mediante un razonamiento lógico y al contraste de las hipótesis que sustentan en las conclusiones del trabajo de investigación

Tenemos que la deducción es un método de razonamiento y todo método de investigaciones es incierto. Todo esto llega a un razonamiento debido a la deducción es demostrar del enlace de varias preguntas exista relación certera respetando las bases de la lógica.

2.3 Población, muestra o participantes.

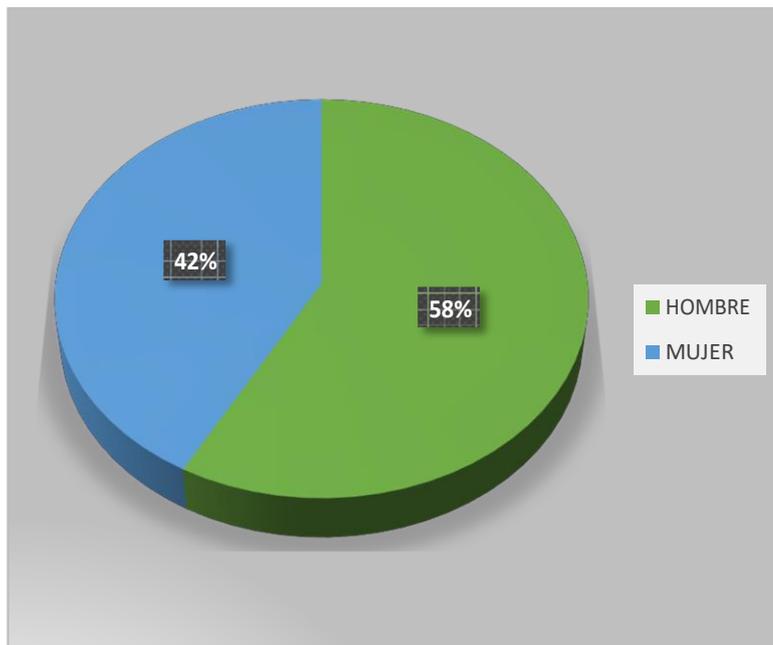
Población: Es la suma de todos los miembros de cualquier clase de bien por personas u objetos. El universo es generalmente la población que debido a su tamaño no es posible analizar en su totalidad, por lo cual se tiene que estudiar solo una parte de ella. Para la presenta investigación la población esta representada por 62 colaboradores del grupo Conecto Retail con las mismas características que desarrollan la misma actividad económica en la empresa, cuya distribución es la siguiente:

Tabla 1. Población de investigación por sexo.

		Porcentaje
HOMBRE	36	58.1
MUJER	26	41.9
Total	62	100.0

Fuente propia de la investigación.

Figura 1. Población de investigación por sexo.

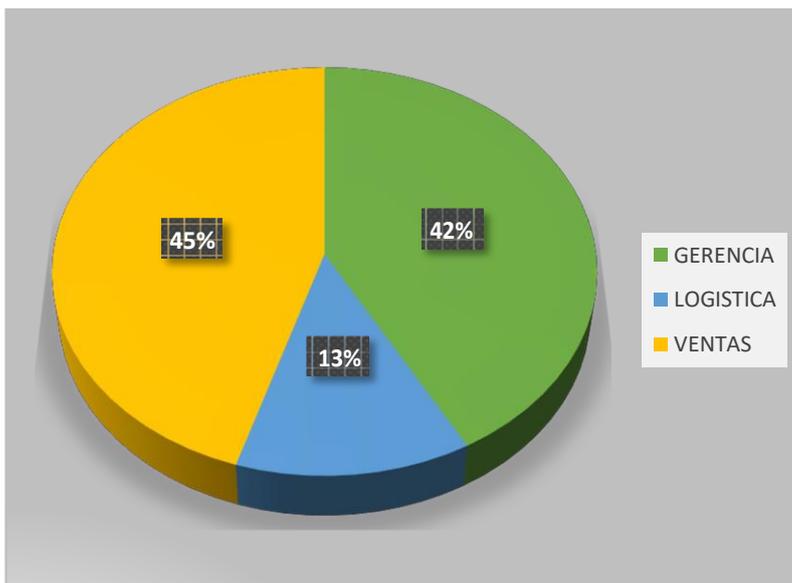


Fuente Propia de la investigación.

Tabla 2. Población por área en la empresa.

		Porcentaje
GERENCIA	26	41.9
LOGISTICA	8	12.9
VENTAS	28	45.2
Total	62	100.0

Fuente propia de la investigación.

Figura 2. Población de investigación por área en la empresa.

Fuente propia de la investigación.

2.4 Instrumentos de recogida de datos.

Se ha tomado un cuestionario de preguntas cerradas con respuestas de tipo Likert. Donde las preguntas han sido elaboradas para verificar la hipótesis formulada en el trabajo de investigación de la tesis.

La validación del cuestionario se efectuó al momento de elaboración de cada una de las preguntas que están asociadas con cada indicador y este a la vez con cada dimensión y por último a cada una de las dos variables:

- **Variable independiente:** Gestión de ventas
 1. Marketing
 2. Stock de mercadería
 3. Evaluación de la fuerza de ventas
- **Variable dependiente:** Estados financieros
 1. Estado de situación financiera
 2. Estado de resultados
 3. Evolución del desempeño empresarial

2.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

La técnica que se utilizará es la encuesta y en cuanto al instrumento el cuestionario donde los ítems de la encuesta permitirán recopilar datos válidos y confiables, su fin es recopilar la información requerida en el estudio sobre la importancia en la toma de decisiones en la gestión de ventas y su incidencia en los estados financieros en la tienda La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017

Se ha seguido los siguientes pasos para el procesamiento de la información y análisis de los datos: La información recogida en las encuestas se codificó y se trasladó la información en la hoja Excel obteniendo así la base de datos trabaja de la investigación de la tesis por cada pregunta y encuestado al cuestionario.

Donde a partir de la información se procesó la información con la aplicación SPSS y así tener las tablas de frecuencia de cada una de las preguntas y así construir las tablas de contingencia como efecto del cruce de las preguntas de las variables

independiente y las preguntas de la variable dependiente a fin de probar que la hipótesis de asociación de la prueba del chi cuadrado.

Tabla 3. Prueba del chi cuadrado P1*P29

P1 * P29				
Tabla cruzada				
Recuento		P29		Total
		1	2	
P1	1	37	19	56
	2	6	0	6
Total		43	19	62

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,935 ^a	1	0,087		
Corrección de continuidad ^b	1,556	1	0,212		
Razón de verosimilitud	4,670	1	0,031		
Prueba exacta de Fisher				0,165	0,099
Asociación lineal por lineal	2,888	1	0,089		
N de casos válidos	62				

a. 2 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,84.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Fuente propia de la investigación.

Tabla 4. Prueba del chi cuadrado P1*P30

P1 * P30					
Tabla cruzada					
Recuento		P30		Total	
		1	2		
		P1	1		
	2	0	6	6	
Total		22	40	62	
Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,654 ^a	1	0.056		
Corrección de continuidad ^b	2.139	1	0.144		
Razón de verosimilitud	5.607	1	0.018		
Prueba exacta de Fisher				0.081	0.062
Asociación lineal por lineal	3.595	1	0.058		
N de casos válidos	62				
a. 2 casillas (50,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,13.					
b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2					

Fuente propia de la investigación.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSION

3.1 Recopilación de los datos del muestreo.

En esta parte de la tesis se explicará los pasos que se ejecutó para la recolección de datos en el antes, durante y después:

- Antes: Como inicio para ejecución de la recolección de datos como instrumento de medición se realizó la validación de las preguntas, generando dos preguntas por cada indicador dando un total de treinta seis preguntas de las 6 dimensiones y de la misma manera estas últimas están en función a cada una de las dos variables tomadas.
- Durante: De acuerdo con la cuota de muestro que se dio se ubicó la población quienes son 62 colaboradores de diferentes áreas de la empresa Conecto Retail donde se tuvo que llamar a cada uno para que realice la encuesta para hacerle referencia de la encuesta que se iba a tomar, se tuvo que enviar encuestas por vía correo y otras se hicieron por escrito presencial al temido de tener las 62 encuestas.
- Después: Se recopilo los datos de la muestra y obtención de la base datos en Excel que es el punto de inicio del análisis de los datos.

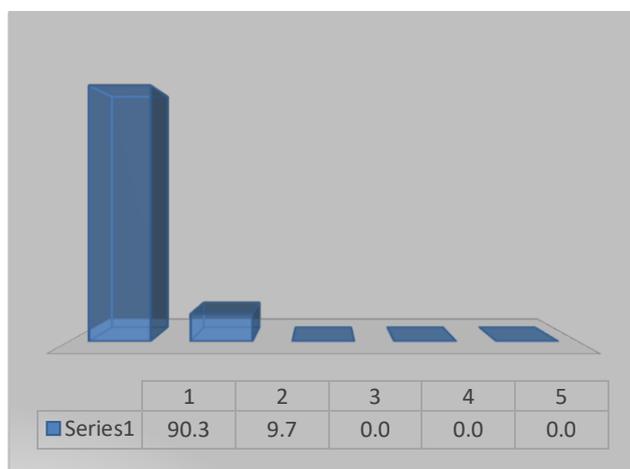
3.2 Análisis univariado de los datos. Tablas de frecuencia unitarias para cada una de las preguntas.

Pregunta 01: Los mensajes de una campaña por escrito y radial son el posicionamiento de la empresa.

Tabla 5. Análisis de la pregunta 01 Los mensajes de una campaña por escritura son el posicionamiento de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje
1	56	90.3
2	6	9.7
3	0	0.0
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 1. Pregunta 01 Los mensajes de una campaña por escrito y radial son el posicionamiento de la empresa.

Análisis: El 90.3% de los encuestados están muy de acuerdo con la pregunta, en de acuerdo está en 9.7% de los encuestados.

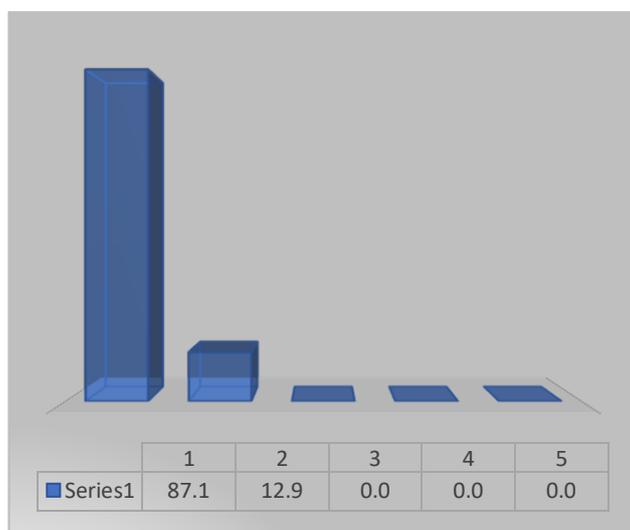
Interpretación: Están muy de acuerdo que los mensajes de una campaña por escrito y radial posicionan a la empresa.

Pregunta 02: Los mensajes de una campaña permiten a los clientes reconocer nuestra marca.

Tabla 6. Análisis de la pregunta 02 Los mensajes de una campaña permiten a los clientes reconocer nuestra marca.

	Frecuencia	Porcentaje
1	54	87.1
2	8	12.9
3	0	0.0
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2. Pregunta 02 Los mensajes de una campaña permiten a los clientes reconocer nuestra marca.

Análisis: El 87.1% de los encuestados están muy de acuerdo con la pregunta, en de acuerdo está en 12.9% de los encuestados.

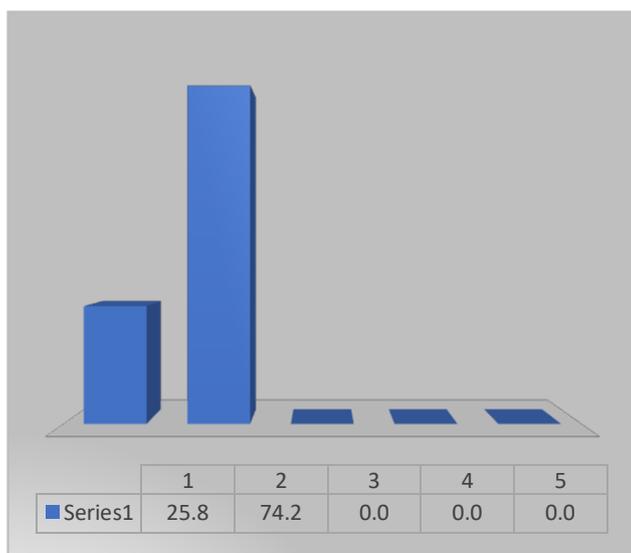
Interpretación: Están muy de acuerdo que los mensajes de una campaña permiten a los clientes reconocer nuestra marca.

Pregunta 03: La marca permite obtener mejores resultados organizacionales.

Tabla 7. Análisis de la pregunta 03 La marca permite obtener mejores resultados organizacionales.

	Frecuencia	Porcentaje
1	16	25.8
2	46	74.2
3	0	0.0
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración Propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 3. Pregunta 03 La marca permite obtener mejores resultados organizacionales.

Análisis: El 74.2% de los encuestados están de acuerdo con la pregunta, en muy de acuerdo está el 25.8% de los encuestados.

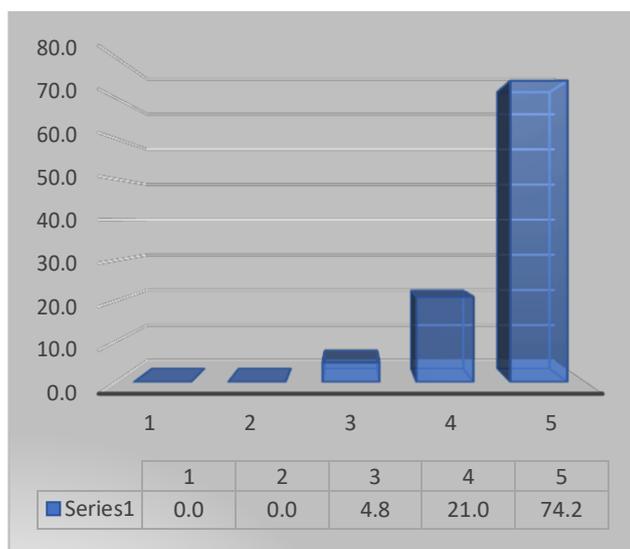
Interpretación: los encuestados están de acuerdo que la marca permite obtener mejores resultados organizacionales.

Pregunta 04: Mi empresa usa Internet frecuentemente para relacionarse con sus clientes.

Tabla 8. Análisis de la pregunta 04 Mi empresa usa Internet frecuentemente para relacionarse con sus clientes.

	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0.0
2	0	0.0
3	3	4.8
4	13	21.0
5	46	74.2
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 4. Pregunta 04 Mi empresa usa Internet frecuentemente para relacionarse con sus clientes.

Análisis: El 74.2% de los encuestados están de acuerdo con la pregunta, en muy de acuerdo está el 25.8% de los encuestados.

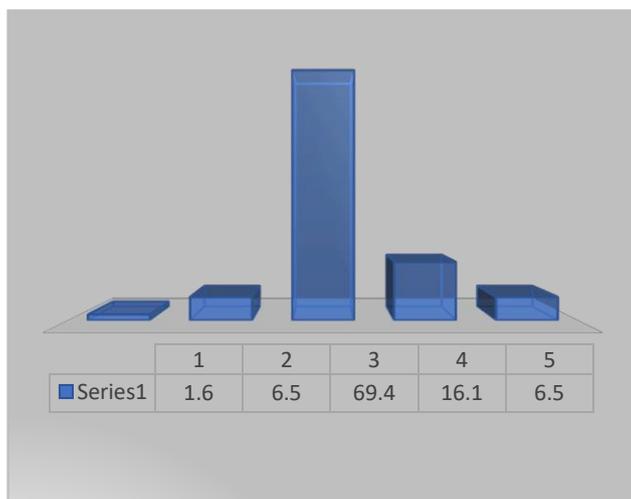
Interpretación: los encuestados están de acuerdo que la marca permite obtener mejores resultados organizacionales.

Pregunta 05: Los vendedores tienen conocimiento al día de las campañas de la competencia.

Tabla 9. Análisis de la pregunta 05: Los vendedores tienen conocimiento al día de las campañas de la competencia.

	Frecuencia	Porcentaje
1	1	1.6
2	4	6.5
3	43	69.4
4	10	16.1
5	4	6.5
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 5. Pregunta 05: Los vendedores tienen conocimiento al día de las campañas de la competencia.

Análisis: El 69.4% son indiferentes el 16.1% en desacuerdo, en total mente desacuerdo y de acuerdo el 6.5% y en muy acuerdo el 1.6% de los encuestados.

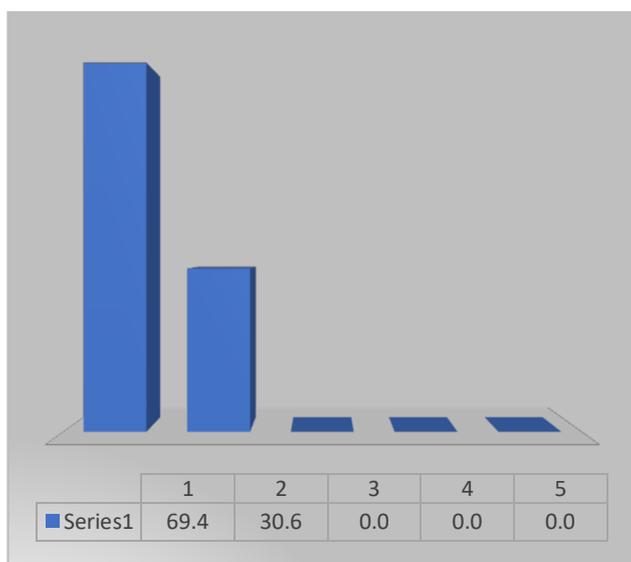
Interpretación: Son indiferentes los vendedores al conocimiento al día de las campañas de la competencia.

Pregunta 06: La empresa cuenta con propaganda estándar para las campañas.

Tabla 10. Análisis de la pregunta 06 La empresa cuenta con propaganda estándar para las campañas.

	Frecuencia	Porcentaje
1	43	69.4
2	19	30.6
3	0	0.0
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 6. Pregunta 06 La empresa cuenta con propaganda estándar para las campañas.

Análisis: El 69.4% están muy de acuerdo y en acuerdo es el 30.6% de los encuestados.

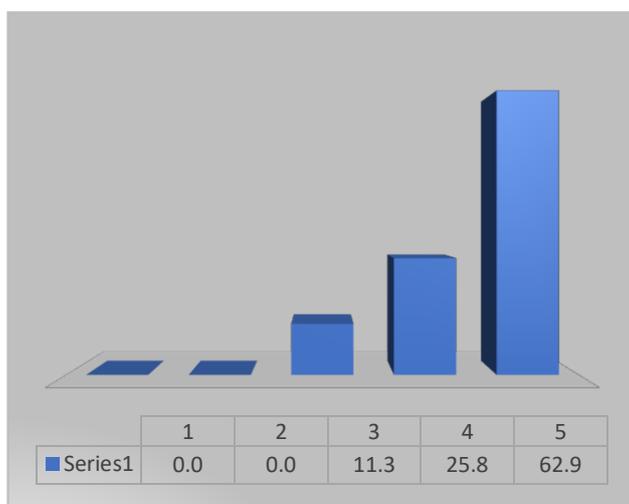
Interpretación: Están muy de acuerdo que la empresa cuenta con propaganda estándar para las campañas.

Pregunta 07: Nuestro desempeño de aprovisionamiento es superior al de nuestros competidores.

Tabla 11. Análisis de la pregunta 07 Nuestro desempeño de aprovisionamiento es superior al de nuestros competidores.

	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0.0
2	0	0.0
3	7	11.3
4	16	25.8
5	39	62.9
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 7. Pregunta 07 Nuestro desempeño de aprovisionamiento es superior al de nuestros competidores.

Análisis el 62.9 está en totalmente en desacuerdo en desacuerdo el 25.8% siendo indiferente un 11,3% de los encuestados.

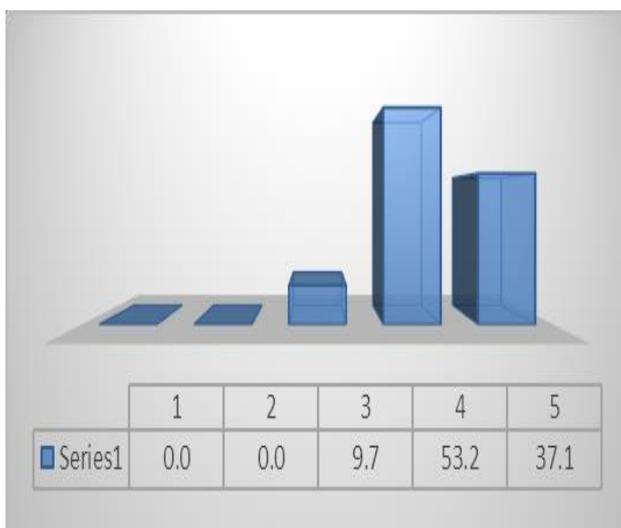
Interpretación: totalmente en desacuerdo en nuestro desempeño de aprovisionamiento si es superior al de nuestros competidores.

Pregunta 08: La estructura de aprovisionamiento de mercadería contribuye al buen desempeño.

Tabla 12. Análisis de la pregunta 08 La estructura de aprovisionamiento de mercadería contribuye al buen desempeño.

	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0.0
2	0	0.0
3	6	9.7
4	33	53.2
5	23	37.1
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 8. Pregunta 08 La estructura de aprovisionamiento de mercadería contribuye al buen desempeño.

Análisis: El 53.2 está en desacuerdo el 37.1 en desacuerdo con 9.7% indiferente de los encuestados.

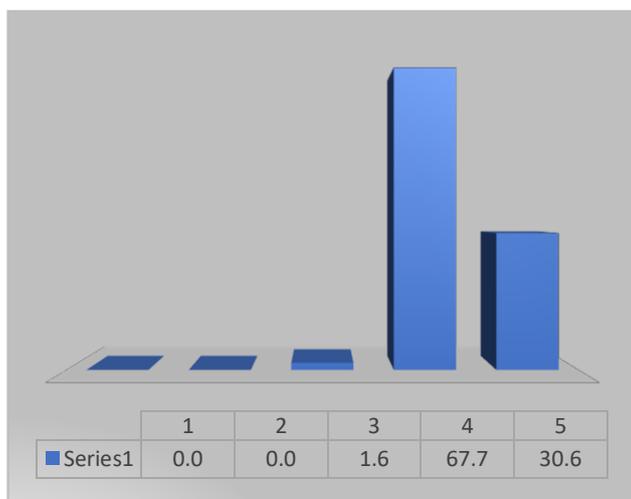
Interpretación: En desacuerdo a la estructura de aprovisionamiento de mercadería y no contribuye al buen desempeño.

Pregunta 09: La empresa cuenta con servicio de posventa para atender a sus clientes.

Tabla 13. Análisis de la pregunta 09 La empresa cuenta con servicio de posventa para atender a sus clientes.

	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0.0
2	0	0.0
3	1	1.6
4	42	67.7
5	19	30.6
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente elaboración propia.

Figura 8. Pregunta 09 La empresa cuenta con servicio de posventa para atender a sus clientes.

Análisis: el 67.7% está en desacuerdo en totalmente desacuerdo el 30.6% siendo indiferentes el 1.6% de los encuestados.

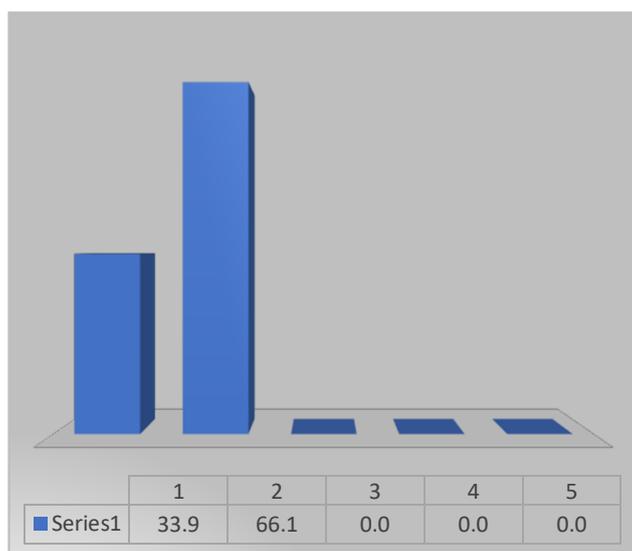
Interpretación: En desacuerdo que la empresa cuenta con servicio de posventa para atender a sus clientes.

Pregunta 10: Los productos que vende la empresa responden a las necesidades del mercado.

Tabla 14. Análisis de la pregunta 10 Los productos que vende la empresa responden a las necesidades del mercado.

	Frecuencia	Porcentaje
1	21	33.9
2	41	66.1
3	0	0.0
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 9. Pregunta 10 Los productos que vende la empresa responden a las necesidades del mercado.

Análisis: El 66.1% está de acuerdo en muy de acuerdo el 33.9 de los encuestados.

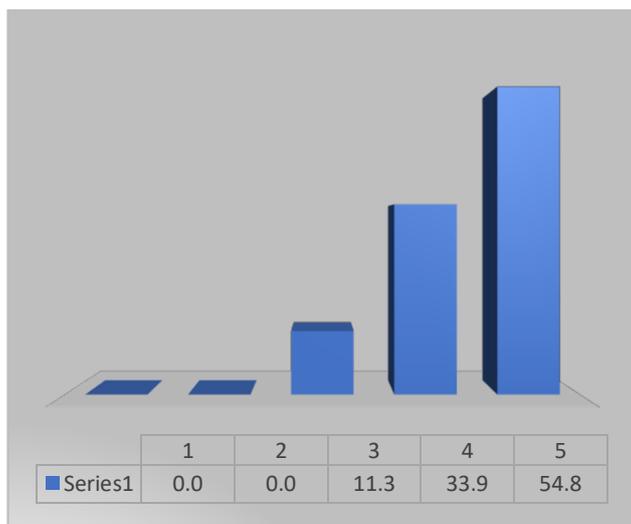
Interpretación: Están en de acuerdo que los productos que vende la empresa responden a las necesidades del mercado.

Pregunta 11: La empresa permite que sus clientes hagan sugerencias con respecto a las campañas.

Tabla 15. Análisis de la pregunta 11 La empresa permite que sus clientes hagan sugerencias con respecto a las campañas.

	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0.0
2	0	0.0
3	7	11.3
4	21	33.9
5	34	54.8
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 10. Pregunta 11 La empresa permite que sus clientes hagan sugerencias con respecto a las campañas.

Análisis: El 54.8% está totalmente en desacuerdo en desacuerdo tenemos 33.9% e indiferente el 11.3% de los encuestados.

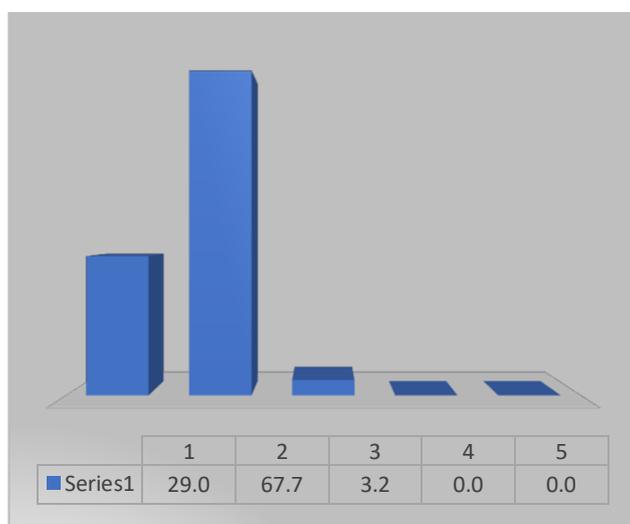
Interpretación: Totalmente en desacuerdo que la empresa permite que sus clientes hagan sugerencias con respecto a las campañas que realizan.

Pregunta 12: Contamos con el stock suficiente para afrontar una campaña.

Tabla 16. Análisis de la pregunta 12 Contamos con el stock suficiente para afrontar una campaña.

	Frecuencia	Porcentaje
1	18	29.0
2	42	67.7
3	2	3.2
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 11. *Pregunta 12 Contamos con el stock suficiente para afrontar una campaña*

Análisis: está de acuerdo el 67.7% muy de acuerdo tenemos el 29% e indiferente el 3.2% de los encuestados.

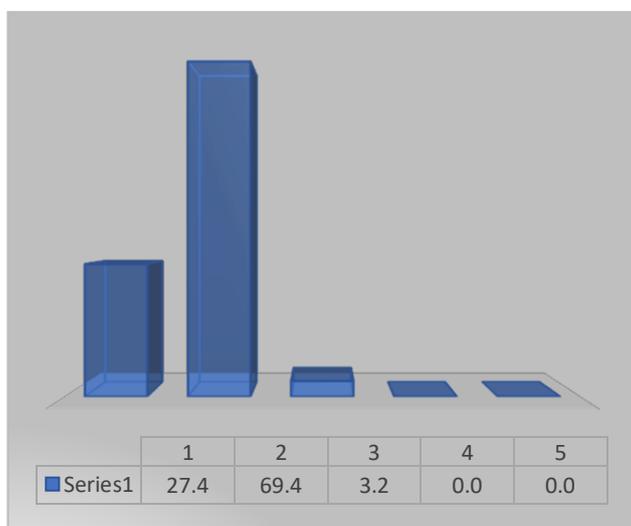
Interpretación: están de acuerdo que contamos con el stock suficiente para afrontar una campaña.

Pregunta 13: Los empleados asumen como propias las metas establecidas por la empresa.

Tabla 17. Análisis de la pregunta 13 Los empleados asumen como propias las metas establecidas por la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje
1	17	27.4
2	43	69.4
3	2	3.2
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 12. Pregunta 13 Los empleados asumen como propias las metas establecidas por la empresa.

Análisis: tenemos el 69.45 de acuerdo con un 27.4% muy acuerdo e indiferente 3.2% de los encuestados.

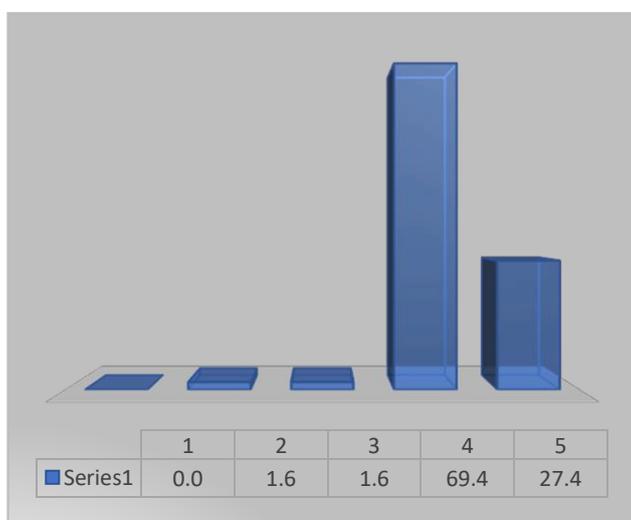
Interpretación: están en de acuerdo los empleados asumen como propias las metas establecidas por la empresa.

Pregunta 14: La competencia tiene capacitada a su fuerza de ventas.

Tabla 18. Análisis de la pregunta 14 La competencia tiene capacitada a su fuerza de ventas.

	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0.0
2	1	1.6
3	1	1.6
4	43	69.4
5	17	27.4
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 14. Pregunta 14 La competencia tiene capacitada a su fuerza de ventas

Análisis: el 69.4% en desacuerdo teniendo también el 27.4% en total desacuerdo e indiferente el 1.6% y de acuerdo el 1.6% de los encuestados.

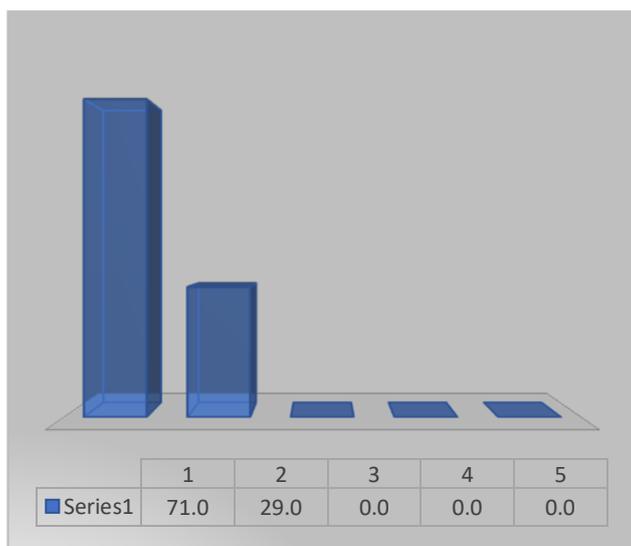
Interpretación: en desacuerdo que la competencia tiene capacitada a su fuerza de ventas.

Pregunta 15: Los empleados son capacitados por la empresa.

Tabla 19. Análisis de la pregunta 15: Los empleados son capacitados por la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje
1	44	71.0
2	18	29.0
3	0	0.0
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 13. Pregunta 15: Los empleados son capacitados por la empresa.

Análisis: el 71% están muy de acuerdo con un de acuerdo el 29% de los encuestados .

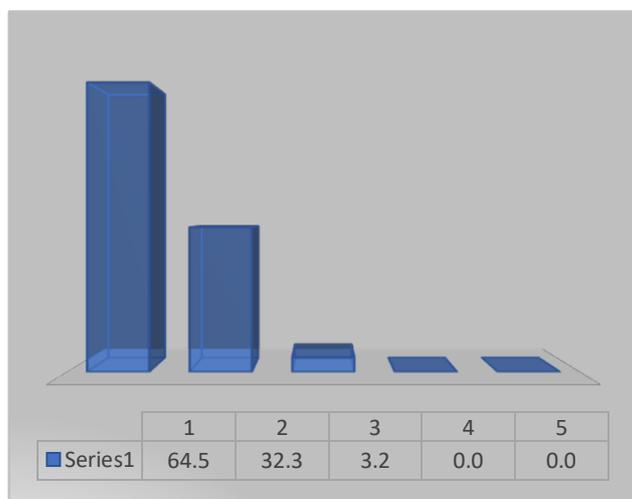
Interpretación: Muy de acuerdo están los empleados que son capacitados por la empresa.

Pregunta 16: Las capacitaciones permiten obtener mejores resultados organizacionales.

Tabla 20. Análisis de la pregunta 16 Las capacitaciones permiten obtener mejores resultados organizacionales.

	Frecuencia	Porcentaje
1	40	64.5
2	20	32.3
3	2	3.2
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 14. *Pregunta 16 Las capacitaciones permiten obtener mejores resultados organizacionales.*

Análisis: en muy de acuerdo el 64.5% con un 32.3% en de acuerdo e indiferente el 3.2% de los encuestados.

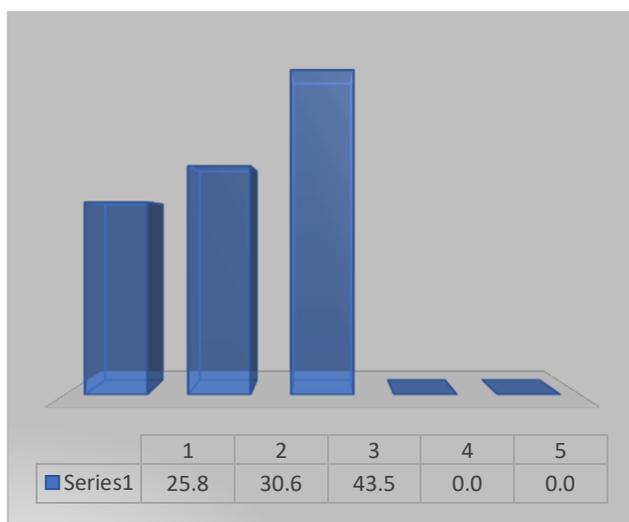
Interpretación Están muy de acuerdo que las capacitaciones permiten obtener mejores resultados organizacionales.

Pregunta 17: El clima organizacional de la empresa contribuye al buen desempeño.

Tabla 21. Análisis de la pregunta 17 El clima organizacional de la empresa contribuye al buen desempeño.

	Frecuencia	Porcentaje
1	16	25.8
2	19	30.6
3	27	43.5
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 15. Pregunta 17 El clima organizacional de la empresa contribuye al buen desempeño.

Análisis: son indiferente el 43.5% con un de acuerdo del 30.6% y muy de acuerdo el 25.8% de los encuestados.

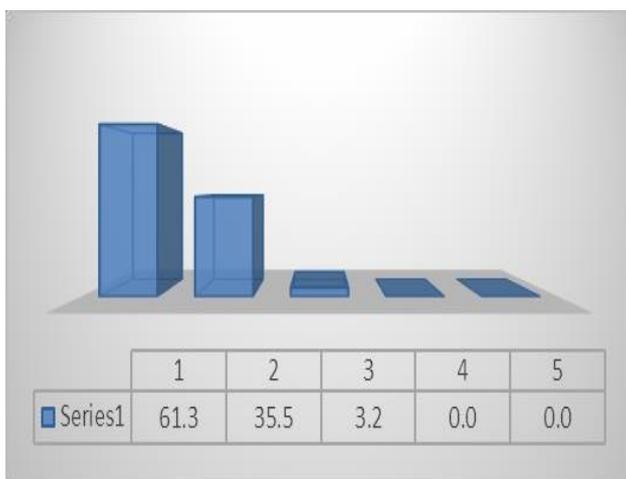
Interpretación Son indiferente que el clima organizacional de la empresa contribuye al buen desempeño.

Pregunta 18: Los empleados motivados permiten mejores resultados organizacionales.

Tabla 22. Análisis de la pregunta 18 Los empleados motivados permiten mejores resultados organizacionales.

	Frecuencia	Porcentaje
1	38	61.3
2	22	35.5
3	2	3.2
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 16. Pregunta 18 Los empleados motivados permiten mejores resultados organizacionales.

Análisis: En muy de acuerdo está el 61.3% con un de acuerdo del 35.5% e indiferente el 3.2% de los encuestados.

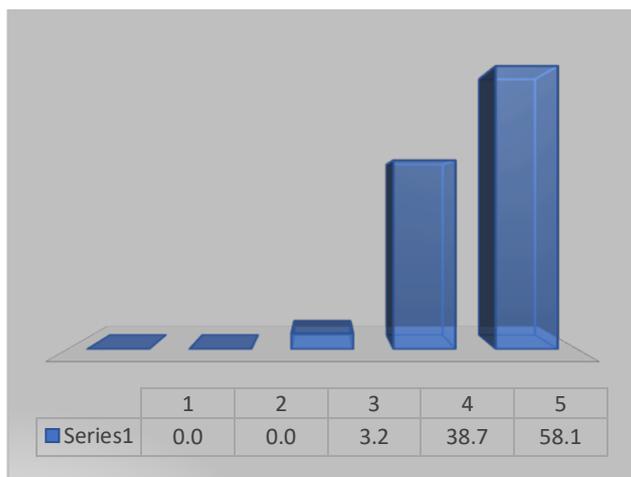
Interpretación están muy de acuerdo que los empleados motivados permiten mejores resultados organizacionales.

Pregunta 19: Los gerentes cuentan con información a mano de los estados financieros de la empresa.

Tabla 23. Análisis de la pregunta 06 Los gerentes cuentan con información a mano de los estados financieros de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0.0
2	0	0.0
3	2	3.2
4	24	38.7
5	36	58.1
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 17. *Pregunta 06 Los gerentes cuentan con información a mano de los estados financieros de la empresa.*

Análisis: En totalmente en desacuerdo 31 58.1% con un desacuerdo del 38.7% e diferente el 3.2% de los encuestados.

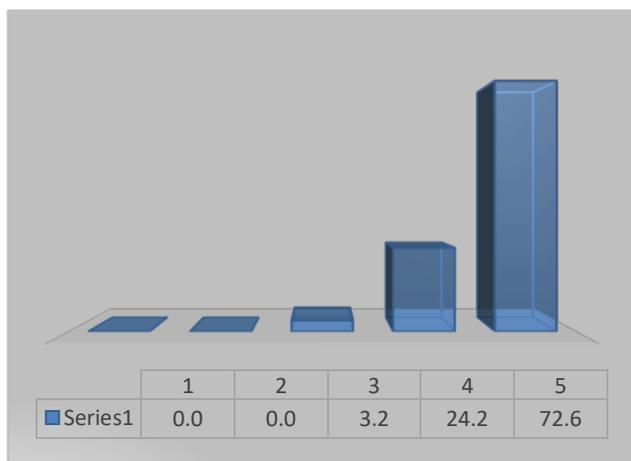
Interpretación Totalmente en desacuerdo que los gerentes cuentan con información a mano de los estados financieros de la empresa.

Pregunta 20: El personal está capacitado para analizar los estados financieros y tomar decisiones a favor de la empresa.

Tabla 24. Análisis de la pregunta 20 El personal está capacitado para analizar los estados financieros y tomar decisiones a favor de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0.0
2	0	0.0
3	2	3.2
4	15	24.2
5	45	72.6
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 18. *Pregunta 20 El personal está capacitado para analizar los estados financieros y tomar decisiones a favor de la empresa.*

Análisis: El 72.6% está totalmente en desacuerdo con un 24.2% en desacuerdo e indiferente el 3.2% de los encuestados.

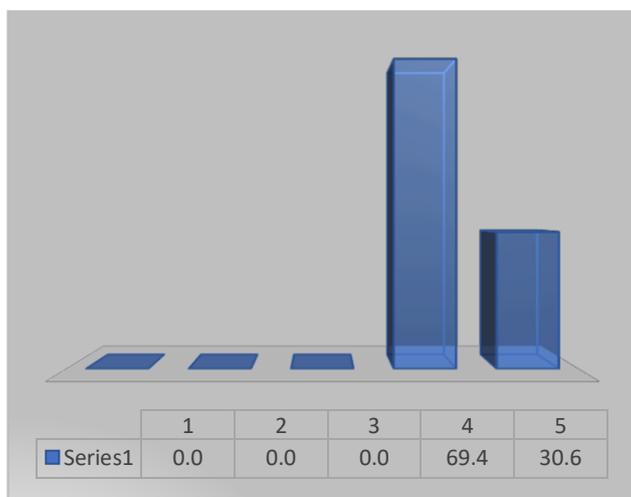
Interpretación Totalmente en desacuerdo que el personal está capacitado para analizar los estados financieros y tomar decisiones a favor de la empresa.

Pregunta 21: Los gerentes de tienda constantemente evalúan la información económica contable a través de la ratio.

Tabla 25. Análisis de la pregunta 21: Los gerentes de tienda constantemente evalúan la información económica contable a través de la ratio.

	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0.0
2	0	0.0
3	0	0.0
4	43	69.4
5	19	30.6
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia

Figura 19. Pregunta 21: Los gerentes de tienda constantemente evalúan la información económica contable a través de la ratio.

Análisis: En desacuerdo tenemos el 69.4% con un totalmente en desacuerdo 30.6% de los encuestados.

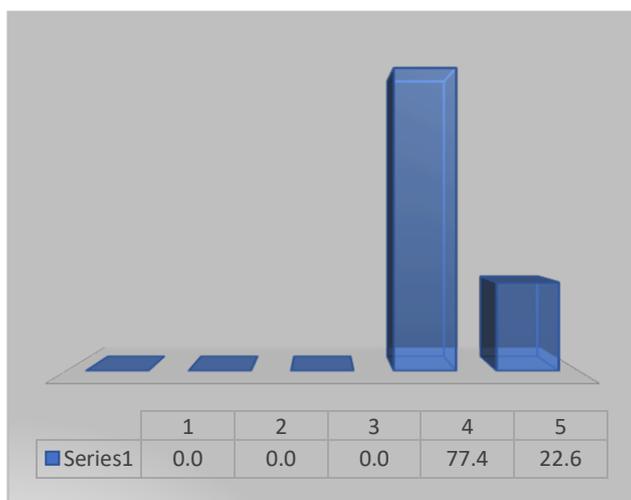
Interpretación: Están en desacuerdo que los gerentes de tienda constantemente evalúan la información económica contable a través de la ratio.

Pregunta 22: Según los resultados de los períodos anteriores, la empresa se encuentra en muy alta rentabilidad.

Tabla 26. Análisis de la pregunta 22 Según los resultados de los períodos anteriores, la empresa se encuentra en muy alta rentabilidad.

	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0.0
2	0	0.0
3	0	0.0
4	48	77.4
5	14	22.6
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 20. Pregunta 22 Según los resultados de los períodos anteriores, la empresa se encuentra en muy alta rentabilidad.

Análisis: En desacuerdo tenemos 77.4% con un totalmente en desacuerdo 22.6% de los encuestados

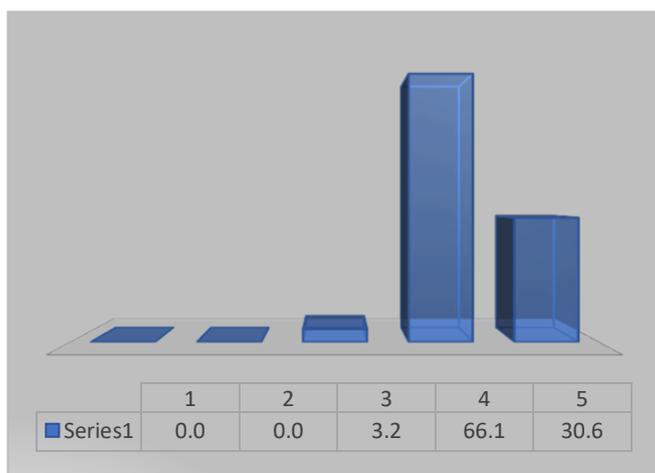
Interpretación: En desacuerdo que los resultados de los períodos anteriores, la empresa se encuentra en muy alta rentabilidad.

Pregunta 23: El gerente de tienda posee un conocimiento claro sobre la liquidez que posee la empresa.

Tabla 27. Análisis de la pregunta 23 El gerente de tienda posee un conocimiento claro sobre la liquidez que posee la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0.0
2	0	0.0
3	2	3.2
4	41	66.1
5	19	30.6
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 21. Pregunta 23 El gerente de tienda posee un conocimiento claro sobre la liquidez que posee la empresa.

Análisis: En desacuerdo tenemos el 66.1% con un totalmente desacuerdo el 30.6 de los encuestados.

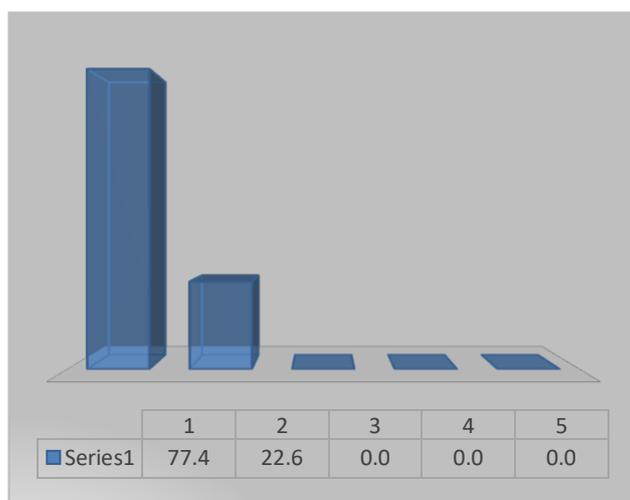
Interpretación: En desacuerdo que el gerente de tienda posee un conocimiento claro sobre la liquidez que posee la empresa.

Pregunta 24: La elaboración de informes periódicos sobre el cumplimiento de las metas en la ejecución presupuestal es necesarios.

Tabla 28. Análisis de la pregunta 24 La elaboración de informes periódicos sobre el cumplimiento de las metas en la ejecución presupuestal son necesarios.

	Frecuencia	Porcentaje
1	48	77.4
2	14	22.6
3	0	0.0
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 22. Pregunta 24 La elaboración de informes periódicos sobre el cumplimiento de las metas en la ejecución presupuestal son necesarios.

Análisis: Están en muy de acuerdo el 77.4% con un de acuerdo del 22.6% de los encuestados.

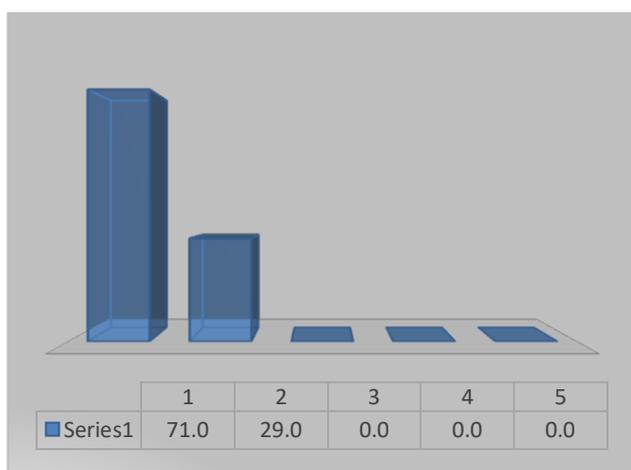
Interpretación: Muy de acuerdo están que la elaboración de informes periódicos sobre el cumplimiento de las metas en la ejecución presupuestal es necesarios.

Pregunta 25: Las decisiones de operación ha sido el factor clave que la orientación de la empresa para alcanzar las metas propuestas.

Tabla 29. Análisis de la pregunta 25 Las decisiones de operación ha sido el factor clave que la orientación de la empresa para alcanzar las metas propuestas.

	Frecuencia	Porcentaje
1	44	71.0
2	18	29.0
3	0	0.0
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 23. Pregunta 25 Las decisiones de operación ha sido el factor clave que la orientación de la empresa para alcanzar las metas propuestas.

Análisis: En muy de acuerdo tenemos el 71% con un de acuerdo el 29% de los encuestados.

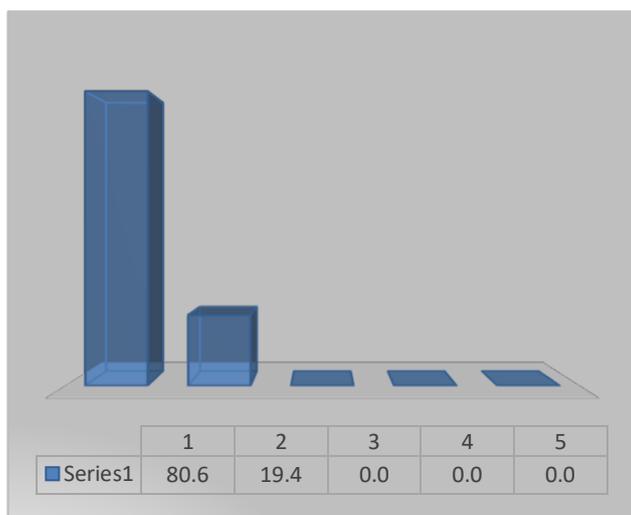
Interpretación: Están muy de acuerdo que las decisiones de operación ha sido el factor clave que la orientación de la empresa para alcanzar las metas propuestas.

Pregunta 26: La planificación es el elemento clave para el financiamiento operativo de la empresa.

Tabla 30. Análisis de la pregunta 26 La planificación es el elemento clave para el financiamiento operativo de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje
1	50	80.6
2	12	19.4
3	0	0.0
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 24. Pregunta 26 La planificación es el elemento clave para el financiamiento operativo de la empresa.

Análisis: En muy de acuerdo tenemos el 80.6% con un de acuerdo el 19.4% de los encuestados.

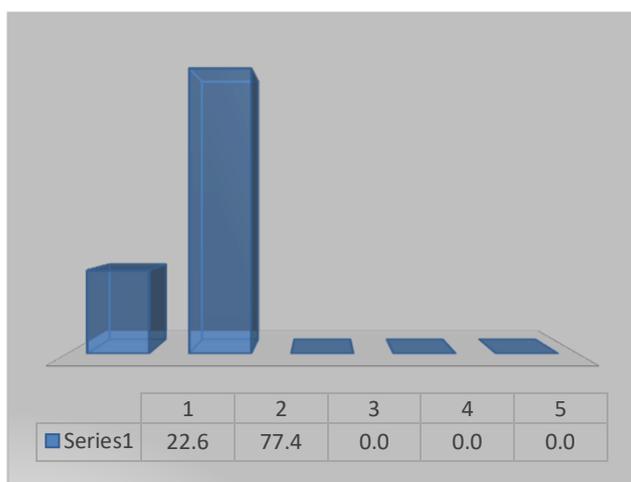
Interpretación: Muy de acuerdo que la planificación es el elemento clave para el financiamiento operativo de la empresa.

Pregunta 27: La participación de la empresa en el mercado está bien vista por su ejercicio económico.

Tabla 31. Análisis de la pregunta 27 La participación de la empresa en el mercado está bien vista por su ejercicio económico.

	Frecuencia	Porcentaje
1	14	22.6
2	48	77.4
3	0	0.0
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia

Figura 25. Pregunta 27 La participación de la empresa en el mercado está bien vista por su ejercicio económico.

Análisis: Está de acuerdo el 77.4% con un 22.6% en muy de acuerdo de los encuestados.

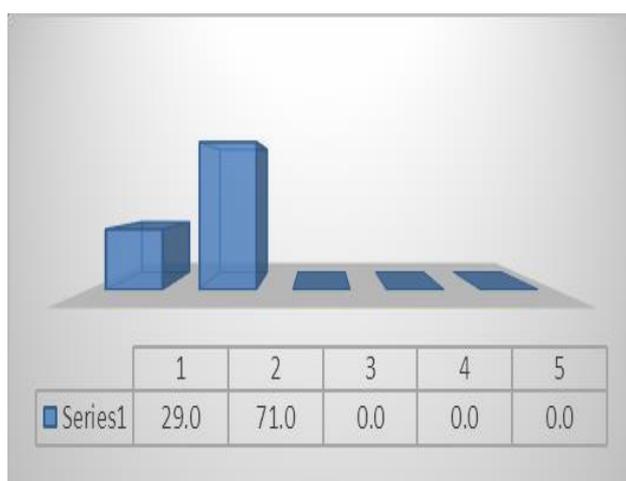
Interpretación: Están en de acuerdo que la participación de la empresa en el mercado está bien vista por su ejercicio económico.

Pregunta 28: La ventaja competitiva ha generado un valor agregado a la empresa

Tabla 32. Análisis de la pregunta 28 La ventaja competitiva ha generado un valor agregado a la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje
1	18	29.0
2	44	71.0
3	0	0.0
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 26. Pregunta 28 La ventaja competitiva ha generado un valor agregado a la empresa.

Análisis: Tenemos el de acuerdo del 71% con un muy de acuerdo del 29% de los encuestados.

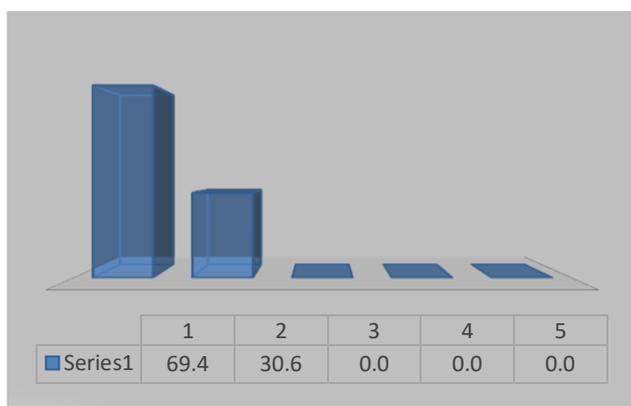
Interpretación: Están de acuerdo que la ventaja competitiva ha generado un valor agregado a la empresa.

Pregunta 29: Las herramientas de análisis financiero permiten tomar decisiones que ayuden a prevenir hechos futuros o a corregir a tiempo los problemas existentes.

Tabla 33. Análisis de la pregunta 29 Las herramientas de análisis financiero permiten tomar decisiones que ayuden a prevenir hechos futuros o a corregir a tiempo los problemas existentes.

	Frecuencia	Porcentaje
1	43	69.4
2	19	30.6
3	0	0.0
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 27. Pregunta 29 Las herramientas de análisis financiero permiten tomar decisiones que ayuden a prevenir hechos futuros o a corregir a tiempo los problemas existentes.

Análisis: Están muy de acuerdo el 69.4% con un de acuerdo el 30.65% de los encuestados.

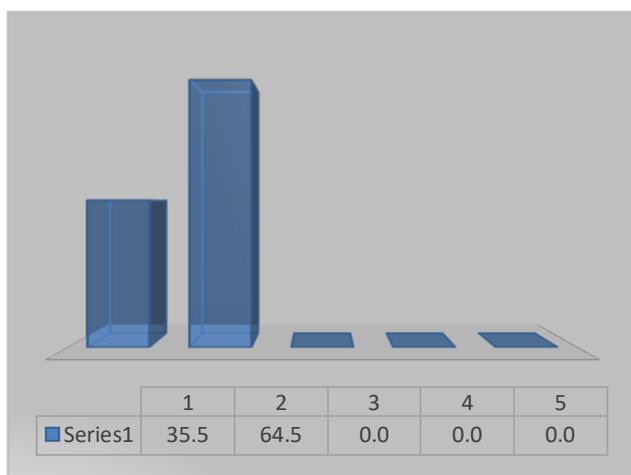
Interpretación: Muy de acuerdo que las herramientas de análisis financiero permiten tomar decisiones que ayuden a prevenir hechos futuros o a corregir a tiempo los problemas existentes.

Pregunta 30: El gerente de tienda brinda a las áreas los recursos para su operación en mejora a la empresa.

Tabla 34. *Análisis de la pregunta 30 El gerente de tienda brinda a las áreas los recursos para su operación en mejora a la empresa.*

	Frecuencia	Porcentaje
1	22	35.5
2	40	64.5
3	0	0.0
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 28. *Pregunta 30 El gerente de tienda brinda a las áreas los recursos para su operación en mejora a la empresa*

Análisis: Tenemos un de acuerdo del 64.5% con un 35.5% en muy de acuerdo de los encuestados.

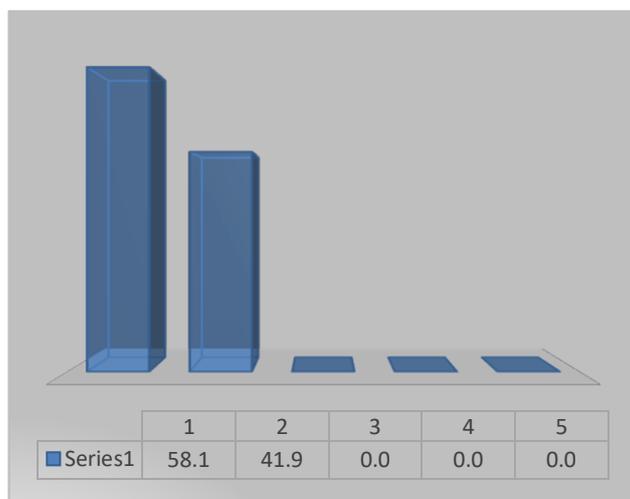
Interpretación: En de acuerdo que el gerente de tienda brinda a las áreas los recursos para su operación en mejora a la empresa.

Pregunta 31: El precio mercado es indicador que aplica para calcular el valor creado por la empresa.

Tabla 35. Análisis de la pregunta 31 El precio mercado es indicador que aplica para calcular el valor creado por la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje
1	36	58.1
2	26	41.9
3	0	0.0
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 29. Pregunta 31 El precio mercado es indicador que aplica para calcular el valor creado por la empresa.

Análisis: Tenemos un muy de acuerdo el 58.1% con un de acuerdo del 41.9 de los encuestados.

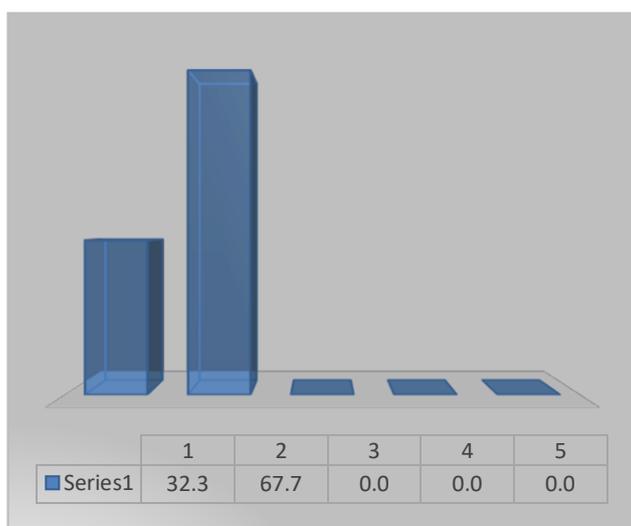
Interpretación Muy de acuerdo que el precio mercado es indicador que aplica para calcular el valor creado por la empresa.

Pregunta 32: Las políticas de financiamiento de la empresa han contribuido en hacerla más competencia.

Tabla 36. Análisis de la pregunta 32 Las políticas de financiamiento de la empresa han contribuido en hacerla más competencia.

	Frecuencia	Porcentaje
1	20	32.3
2	42	67.7
3	0	0.0
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 30. *Pregunta 32 Las políticas de financiamiento de la empresa han contribuido en hacerla más competencia.*

Análisis: Tenemos el 67.7% en de acuerdo con un 32.3% en muy de acuerdo de los encuestados.

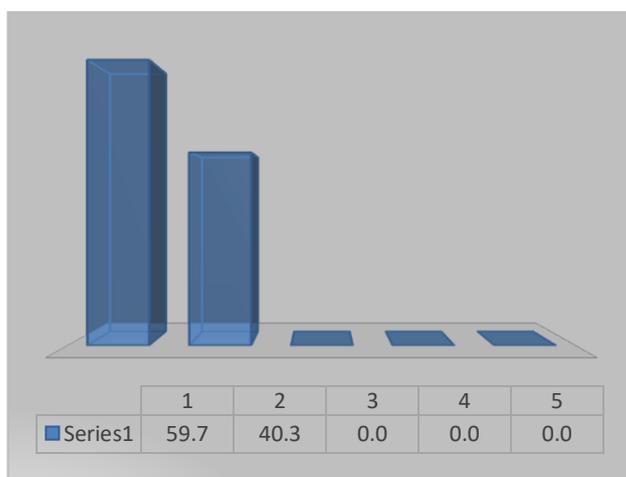
Interpretación: Están en de acuerdo que las políticas de financiamiento de la empresa han contribuido en hacerla más competencia.

Pregunta 33: Las decisiones tomadas en un ejercicio económico de la empresa en la mayoría de los casos son favorables.

Tabla 37. Análisis de la pregunta 33 Las decisiones tomadas en un ejercicio económico de la empresa en la mayoría de los casos son favorables.

	Frecuencia	Porcentaje
1	37	59.7
2	25	40.3
3	0	0.0
4	0	0.0
5	0	0.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 31. Pregunta 33 Las decisiones tomadas en un ejercicio económico de la empresa en la mayoría de los casos son favorables.

Análisis: Tenemos un muy de acuerdo del 56.7% con un de acuerdo del 40.3% de los encuestados.

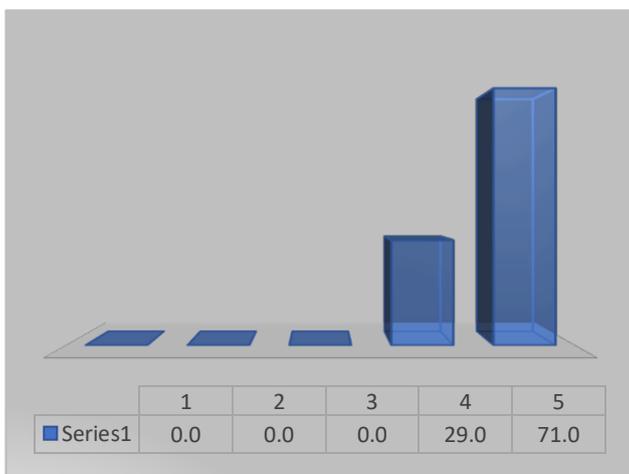
Interpretación: Están muy de acuerdo que las decisiones tomadas en un ejercicio económico de la empresa en la mayoría de los casos son favorables.

Pregunta 34: El gerente tiene conocimiento de las ratios de pérdidas que tiene la empresa.

Tabla 38. Análisis de la pregunta 34 El gerente tienen conocimiento de las ratios de pérdidas que tiene la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0.0
2	0	0.0
3	0	0.0
4	18	29.0
5	44	71.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 32. Pregunta 34 El gerente tienen conocimiento de las ratios de pérdidas que tiene la empresa.

Análisis: En totalmente en desacuerdo 71% con un 29% en desacuerdo de los encuestados.

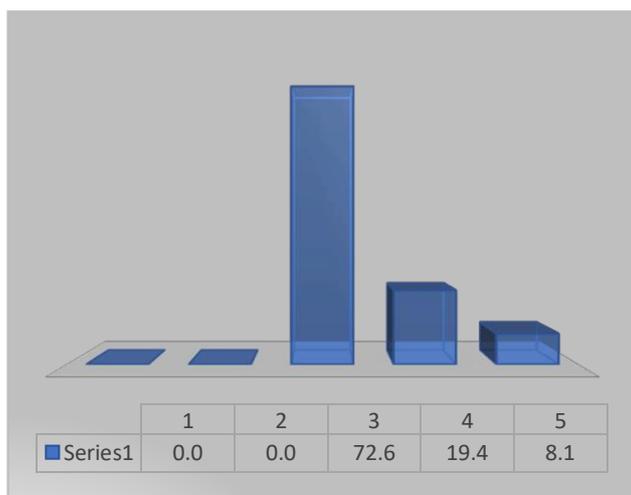
Interpretación: Totalmente en desacuerdo que el gerente tiene conocimiento de las ratios de pérdidas que tiene la empresa.

Pregunta 35: El resultado que obtuvo la empresa respecto a la rentabilidad financiera refleja la eficiencia del gerente.

Tabla 39. Análisis de la pregunta 35 El resultado que obtuvo la empresa respecto a la rentabilidad financiera refleja la eficiencia del gerente.

	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0.0
2	0	0.0
3	45	72.6
4	12	19.4
5	5	8.1
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 33. Pregunta 35 El resultado que obtuvo la empresa respecto a la rentabilidad financiera refleja la eficiencia del gerente.

Análisis: Tenemos indiferentes el 72.6% con un desacuerdo del 19.4% y un totalmente en desacuerdo del 8.15 de los encuestados.

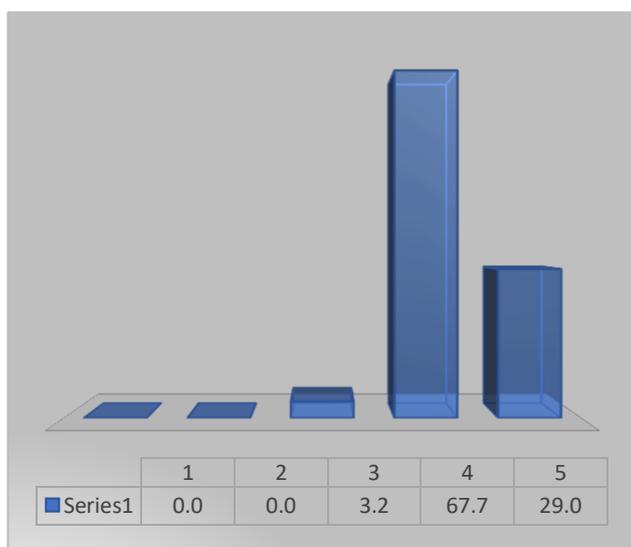
Interpretación El resultado que obtuvo la empresa respecto a la rentabilidad financiera refleja la eficiencia del gerente.

Pregunta 36: El riesgo financiero tuvo impacto negativo en la rentabilidad de la empresa.

Tabla 40. Análisis de la pregunta 36: El riesgo financiero tuvo impacto negativo en la rentabilidad de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0.0
2	0	0.0
3	2	3.2
4	42	67.7
5	18	29.0
Total	62	100.0

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 34. Pregunta 36: El riesgo financiero tuvo impacto negativo en la rentabilidad de la empresa.

Análisis: En desacuerdo tenemos el 67.7% con un totalmente en desacuerdo del 29% e indiferente con 31 3.2% de los encuestados.

Interpretación: En desacuerdo que el riesgo financiero tuvo impacto negativo en la rentabilidad de la empresa.

3.3 Contraste de hipótesis

3.3.1 Planteamos la hipótesis general.

Los estados financieros influyen favorablemente en la toma de decisiones en la gestión de ventas del gerente de tienda de La Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017, dado que hemos verificado al valides de las hipótesis específicas 1, 2 y 3, donde abríamos verificado de manera inmediata la valides de la hipótesis.

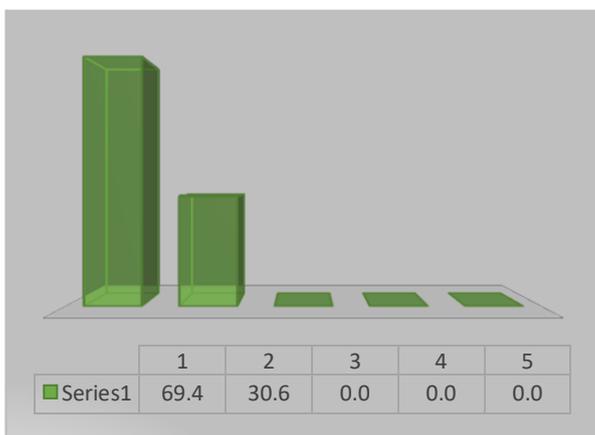
3.3.2 Hipótesis específica 1.

Los estados financieros están asociados al marketing Justificación:

Conforme se ejecute las actividades relacionadas al marketing, entre ellos la marca permite obtener mejores resultados organizacionales, los mensajes de una campaña por escrito y radial permiten el posicionamiento de la empresa donde los mensajes de una campaña permiten a los clientes reconocer nuestra marca. De preferencia podemos lograr que las herramientas de análisis financiero permiten tomar decisiones que ayuden a prevenir hechos futuros a corregir a tiempo los problemas existentes y el gerente debe tener conocimiento de las ratios de pérdidas que tiene la empresa.

La encuesta de la pregunta 34 da como análisis que los gerentes de La Curalao no tienen conocimiento de las ratios de pérdida de la empresa. Donde se tiene que corregir.

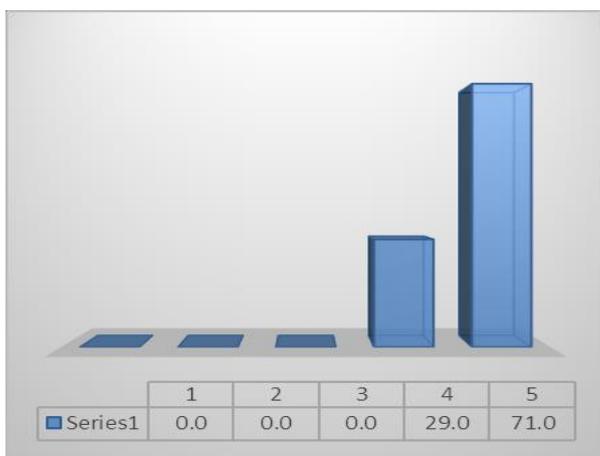
Figura 32 Pregunta 29: Las herramientas de análisis financiero permiten toma decisiones que ayuden a prevenir hechos futuros o a corregir a tiempo los problemas existentes.



Fuente propia de investigación.

Interpretación: Muy acuerdo 69.4% con un de acuerdo el 30.65% que las herramientas de análisis financiero permiten tomar decisiones que ayuden a prevenir hechos futuros a corregir a tiempo los problemas existentes

Figura 37 Pregunta 34: El gerente tienen conocimiento de las ratios de pérdidas que tiene la empresa



Fuente propia de la investigación

Interpretación: El totalmente en desacuerdo el 71% con un 29% en desacuerdo que el gerente tiene conocimiento de las ratios de pérdidas que tiene la empresa.

3.3.3 Hipótesis específica 2.

Los estados financieros están asociados al stock de mercadería.

Justificación: Conforme se ejecute actividades relacionada con el acto stock de mercadería, entre ellos nuestro desempeño de aprovisionamiento es superior al de nuestros competidores tenemos la estructura de aprovisionamiento de mercadería que contribuye al buen desempeño y contamos con el stock suficiente para afrontar una campaña, con lo cuales podemos lograr los estados financieros en lo relacionado es una herramienta primordial para la toma de decisiones y así peritan identificar de la empresa que son favorables. Los resultados que tiene la empresa ven el buen desempeño que tiene un gerente Es por eso por lo que en la pregunta el impacto

3.3.4 Hipótesis específica 3.

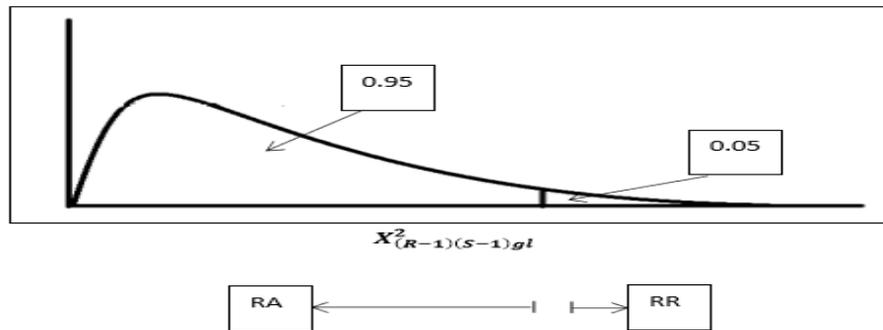
Los estados financieros están asociados a la fuerza de venta.

Justificación: Conforme se ejecute las actividades asociadas con la fuerza de venta, entre ellos las capacitaciones permiten obtener mejores resultados organizacionales y con lo cual podemos lograr en especial El gerente tienen conocimiento de las ratios de pérdidas que tiene la empresa.

Estadística del test: La validez de la hipótesis lo verificamos usando la estadística de la Chi- cuadrada, que compara las frecuencias observadas O_{ij} y las frecuencias esperadas o teorías E_{ij}

$$x_0^2 = \sum_{j=i}^R \sum_{j=i}^S \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \sim X^2(R - i)(S - i) \text{ gL}$$

Eij: Es la frecuencia esperada bajo hipótesis nula o independencia. Asumiendo un nivel de significación del 5% Se tiene la distribución de chi cuadrada.



Así mismo, el P-valor del test, es:

$$P(x_2 \geq x_2) < 0.5$$

Los resultados del contraste de las hipótesis los presentamos en el siguiente cuadro.

Caso Práctico

La tienda La Curalao está orientada a la venta de electrodomésticos perteneciendo a la empresa a Conecto Retail que tiene como brazo financiero a Efectivo SA del grupo EFEL

Ofrecen a sus clientes la venta de los electrodomésticos en general en la línea de video, audio, cómputo, línea blanca y telefonía celular ofreciendo para ello calidad de sus productos y la buena atención de sus clientes.

La tienda La Curalao de Ate Lima desea tener la lectura de sus estados financieros 2018 y 2017 el cual no cuenta y por ende no tener conocimiento de sus indicadores de gestión de ventas y al no conocer los estados financieros va a existir un mal manejo y desarrollo de las tiendas, donde se puede crear problemas en los stock de mercadería y surtido que deben de tener las tiendas y a la vez tener problemas en la baja venta por falta de stock donde debe ir de la mano con el conocimiento claro que deben de tener los gerentes de tienda en manejar las herramientas de los estados

financieros y así puedan llevar la empresa en buen camino.

Presentamos informe del Estado de Resultados de la Tienda La Curalao Ate Lima Metropolitana de los años 2018 y 2017 donde la ganancia neta del ejercicio es negativa siendo la del año 2018 de -37,845.13 soles y en el año 2017 de -48,700.24 soles y la pregunta que nos hicimos es como puede seguir operando una tienda con resultaos de utilidad negativa.

LA CURALAO ATE
ESTADO DE RESULTADOS
 POR LOS AÑOS TERMINADOS DEL 31 DICIEMBRE DE 2018 Y 2017
 (Expresado en nuevo soles)

	2017	2018
Ventas netas	4,669,594.00	5,119,612.00
Costo de ventas	-4,217,086.00	-4,661,610.00
Ganancia Bruta	452,508.00	458,002.00
Gastos de venta y distribucion	-423,990.48	-428,046.00
Gastos de administracion	-153,300.00	-165,620.00
Otros ingresos operativos	176,234.00	204,198.00
Otros gastos operativos	-96,279.68	-103,326.68
Otras ganancias ventas de terrenos y equipo, neto	0.00	0.00
Ganancia (perdida) por actividades de operación	-44,828.16	-34,792.68
Ingresoss financieros	0.00	0.00
Gastos financieros	-3,872.08	-3,052.45
Diferencias de cambio neto	0.00	0.00
Resultados antes de impuesto a las ganancias	-48,700.24	-37,845.13
Gasto por impuesto a la ganancias	0.00	0.00
Ganancia (perdida) neta del ejercicio	-48,700.24	-37,845.13

Presentamos informe del Estado de Resultados de Conecto Retail SA de los años terminados al 31 diciembre de 2018 y 2017 teniendo una ganancia en el ejercicio del año 2018 de 8,431,000 soles y del año 2017 de 827,000 soles.

Resultados de ganancia neta muy bajo para una empresa que tiene tiendas a nivel nacional.

CONECTO RETAIL SA
ESTADO DE RESULTADOS
 POR LOS AÑOS TERMINADOS DEL 31 DICIEMBRE DE 2018 Y 2017
 (En miles de soles (S/.000))

	2017	2018
Ventas netas	919,650.00	1,024,462.00
Costo de ventas	-704,192.00	-792,025.00
Ganancia Bruta	215,458.00	232,437.00
Gastos de venta y distribucion	-123,295.00	-136,616.00
Gastos de administracion	-100,098.00	-111,724.00
Otros ingresos operativos	34,137.00	32,500.00
Otros gastos operativos	-7,116.00	-5,113.00
Otras ganancias ventas de terrenos y equipo, neto	0.00	0.00
Ganancia (perdida) por actividades de operación	19,086.00	11,484.00
Ingresos financieros	728.00	5,399.00
Gastos financieros	-5,935.00	-4,326.00
Diferencias de cambio neto	347.00	-1,435.00
Resultados antes de impuesto a las ganancias	14,226.00	11,122.00
Gasto por impuesto a la ganancias	-13,399.00	-2,691.00
Ganancia (perdida) neta del ejercicio	827.00	8,431.00

Presentamos informe del resumen de la situación financiera y resumen de estado de resultados de Financiera Efectivo SA donde vemos una utilidad neta del año 2017 de 20,398,000 soles y del año 2018 de 39,302 soles.

FINANCIERA EFECTIVO SA
RESUMEN DE SITUACION FINANCIERA Y RESUMEN ESTADO DE RESULTADOS
 POR LOS AÑOS TERMINADOS DEL 31 DICIEMBRE 2017 Y 2018
 EN MILES DE SOLES S/(000)

Resumen de situacion Financiera	2017	2018
Activos	606,662	815,281
Disponibles	39,431	59,490
Colocaciones Brutas	557,870	755,287
Colocaciones Netas	533,549	714,453
Activos Rentables	589,785	779,089
Provisiones para incobrabilidad	38,044	60,099
Pasivo Total	443,280	620,548
Depositos y captaciones del Publico	352,205	447,022
Adeudos de CP y LP	58,578	60,266
Valors y titulos	92	70,460
Pasivos Costeables	410,875	578,648
Patrimonio Neto	163,412	194,732
Resumen de Estado de Resultados	2,017	2,018
Ingresos Financieros	235,710	323,365
Gastos Financieros	27,462	35,672
Margen Financiero Bruto	208,228	287,693
Provisiones de Colocaciones	88,495	121,240
Margen Financiero Neto	119,733	166,452
Ingresos por Servicios Financieros Neto	12,233	20,873
ROF	-2,678	-5,498
Otros Ingresos y Egresos Netos	-15,629	-11,880
Margen Operativo	113,659	169,947
Gastos Administrativos	87,314	113,468
Otras provisiones	-3,958	-85
Depreciacion y amortizacion	968	720
impuestos y participaciones	8,937	16,542
Utilidad neta	20,398	39,302

RATIOS FINANCIEROS

NOMBRE DEL RATIO	FORMULA	CALCULO		RESULTADO	
		2018	2017	2018	2017
Liquidez General	Activo Corriente	244,208	220,107	0.75273	0.68689
	Pasivo Corriente	324,430	320,442		
Comentario	En el año 2018 por cada sol de deuda de corto plazo la empresa tiene una cobertura en activo corriente de 0.75 centimos es decir que no puede cancelar la deuda. En el año 2017 por cada sol de deuda de corto plazo la empresa tiene una cobertura en activo corriente de 0.69 centimos es dedecir que no puede cancelar su deuda.				

NOMBRE DEL RATIO	FORMULA	CALCULO		RESULTADO	
		2018	2017	2018	2017
Prueba Acida	Activo Corriente - Inventario	(244208 - 199201) 324,430	(220107 - 146030) 320,442	0.13873	0.23117
	La empresa en el año 2018 no puede solventar sus gastos, descontando los inventarios por ser menos liquida es decir por cada sol de deuda tine 0.14 centimos para pagar la deudas de corto plazo. En el año 2017 no puede solventar sus gastos, descontando los inventarios por ser menos liquida, es decir por cada sol de deuda tiene 0.23 centimos para pagar las deudas de corto plazo.				

NOMBRE DEL RATIO	FORMULA	CALCULO		RESULTADO	
		2018	2017	2018	2017
Razon Efectivo	Efectico y Equiv Efectivo Pasivo Corriente	9,705	29,034	0.02991	0.09061
		324,430	320,442		
Comentario	En el año 2018 por cada sol de deuda de corto plazo tiene 0.030 centimos en efectivo para pagar dicha deuda. En el año 2017 por cada sol de deuda de corto plazo tiene 0.090 centimos en efectivo para pagar dicha deuda, sin embargo esto solo es undice a tomar en cuenta.				

NOMBRE DEL RATIO	FORMULA	CALCULO		RESULTADO	
		2018	2017	2018	2017
Rentabilidad sobre ingresos	Utilidad neta Venta	8,431	827	0.00893	0.00098
		944,321	840,105		
Comentario	En el año 2018 por cada sol que ingresa a la empresa los propietarios les queda despues del impuesto 0.00893 centimos. Mientras tanto en el año 2017 por cada sol que ingresa a los propietarios les queda despues del impuesto 0.00098 centimos.				

NOMBRE DEL RATIO	FORMULA	CALCULO		RESULTADO	
		2018	2017	2018	2017
Rentabilidad Sobre el Patrimonio	Utilidad neta Patrimonio	8,431	827	3.66%	0.37%
		230,362	221,778		
Comentario	En el año 2018 la rentabilidad del patrimonio despues del impuesto fue de 3.66%. Mientras que en al año 2017 fue de 0.37%. Esta razon es observada muy de cerca por los socios de la empresa para poder mantener una inversion.				

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones.

1. Para poder tener el análisis de los estados financieros de la tienda se tuvo que recopilar información en el sistema SAI (sistema de ventas, stock y comisiones) de igual manera documentación de pagos de servicios públicos y servicios de tercero e información de correos, siendo de esta manera que se armó los estados de resultado de los años 2018 y 2017 ya que el gerente de tienda no cuenta que esta herramienta siendo incierta su gestión. Siendo sus resultados negativos en el ejercicio 2018 y 2017
2. El gerente de tienda no tiene ningún conocimiento de la lectura y mucho menos del análisis de los estados financieros, Ya que no cuentan con la herramienta de los estados financieros teniendo una gestión a la deriva con respecto a los resultados y rentabilidad de la tienda y esto es reflejado en los resultados negativos en los estados de resultado de la tienda del ejercicio de los años 2018 y 2017
3. Todos los gerentes de tienda no cuentan con una herramienta que les permita revisar información al día y oportuna de los estados financieros y a la vez le sumamos el desconocimiento de la lectura y mucho menos el análisis de los estados financieros nos vemos con un problema en el estándar del mercado que deben tener los gerentes de tienda y trayendo problemas de rentabilidad de la empresa porque no se a desarrollar y crecer en su sector Retail. Siendo la gestión de la gerente de tienda incierta.

4.2 Recomendaciones.

1. Qué dentro de la gestión de ventas del gerente de tienda debe de contar con las herramientas e información oportuna de los estados financieros de tal manera que le va a permitir tener una visión clara de la gestión y va a estar en el nivel del estándar que demanda el mercado con relación a gerente de tienda. Es importante que el gerente de tienda cuente con los estados financieros para su gestión de ventas.
2. Que los gerentes de tienda debes ser capacitados acorde al estándar del mercado en la lectura y análisis de los estados financieros y puedan analizar en forma vertical y horizontal los estados financieros y tomen decisiones asertivas que valla a los resultados positivos de la tienda. Es importante que los gerentes de tienda tengan conocimiento y análisis de los estados financieros para su gestión de ventas.
3. Que dentro de la gestión de ventas de los gerentes de tienda deben de contar con la herramienta de los estados financieros con información oportuna y tengan el conocimiento claro de la lectura y análisis y estén acorde al estándar del mercado. Para esto deben estar capacitados en la lectura y en el análisis vertical y horizontal de los mismo. Todos los gerentes de tienda deben de tener dentro de su gestión los estados financieros al día y tengo conocimiento amplio del análisis de este para su gestión de ventas.

REFERENCIAS

Fuente teórica

Apaza, M. (2011). Estados Financieros Formulación Análisis e interpretación. Lima - Perú: Pacifico Editores.

El reglamento de información financiera de la Superintendencia del Mercado de valores (Ex Conasev), Norma sobre preparación y presentación de Estados Financieros con resolución N°00016-2015 del 26 de agosto del 2015.

Resolución del Consejo Normativo de Contabilidad N 057-2014-EF/30 del 15 de diciembre del 2014, señala: Oficializar las modificaciones a las Normas Internacionales de Contabilidad 27 - Estados Financieros separados; Norma Internacional de Información Financiera 10 - Estados financieros consolidados y Norma Internacional de Contabilidad 28 - Inversiones en asociadas y negocios conjuntos, y las Mejoras anuales a las NIIF Ciclo 2012-2014

Resolución del Consejo Normativo de Contabilidad N 058-2015-EF/30 del 05 de Marzo del 2015, señala: Oficializar las modificaciones a la NIC 1 Presentación de Estados Financieros, NIIF 7 Instrumentos financieros: Información a revelar; NIC 34 Información financiera intermedia; NIIF 10 Estados Financieros Consolidados, NIIF 12 Información a Revelar sobre Participaciones en Otras Entidades, y NIC 28 Inversiones en Asociadas y Negocios Conjuntos.

Tamayo, M. (2003). Proceso de investigación científica. DF - México: Editorial Limusa

Fuente de tesis

E. y Julián E. (2014). Análisis de los Estados Financieros para la toma de decisiones de la empresa Transporte Veloz de los años 2011 al 2013. Tesis, Universidad privada

Antenor Orrego facultad de ciencias económicas.

Gómez, C. (2014). Análisis e interpretación de estados financieros: herramienta clave para la toma de decisiones en las empresas de la industria metalmecánica del distrito de Ate Vitarte. Tesis, Facultad de Ciencias Contables y Financieras. Universidad San Martín de Porres, Lima, Lima. Juárez

Pérez, J. (2010), “Análisis Financiero para la toma de decisiones, en una empresa, maquiladora dedicada a la confección de prendas de vestir”, Universidad San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias económicas

Ribbeck, Ch. (2014) “Análisis e interpretación de estados financieros: herramienta clave para la toma de decisiones en las empresas de la industria metalmecánica del distrito de Ate Vitarte”, universidad San Martín de Porres, Facultad de Ciencias Contables y Financieras.

Sánchez, P. (2011), “Análisis Financiero y su incidencia en la toma de decisiones de la empresa Vihalmotos”, Universidad técnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Tanaka, G. (2001). Análisis de Estados Financieros para la Toma de Decisiones. Tesis (Doctoral) Pontificia Universidad Católica del Perú. Facultad de Ciencias Contables

Zavala, M. (2005). La Contabilidad Financiera y la Toma de Decisiones en las Empresas Sector Industrial. Tesis (Doctoral) Universidad Nacional Federico Villarreal. Escuela Universitaria de Post Grado

Fuentes Electrónicas

Abreu, S. (14 de noviembre de 2003). La importancia del análisis de la información contable para la toma de decisiones.

Recuperado de:

<http://www.monografias.com/trabajos25/analisisinformacion/analisisinformacion.shtml#ixzz4QiW3YOUP>

Bebeloca. (24 de julio de 2012). Los estados financieros y la toma de decisiones.

Recuperado de:

<http://es.slideshare.net/bebeloca/los-estados-financieros-y-la-toma-de-decisiones13744065>

Universidad Nacional Mayor de San Marcos (2017). Catálogo de tesis de doctor. Perú:

Unidad de Biblioteca, Hemeroteca y Centro de documentación.

Recuperado de:

http://contabilidad.unmsm.edu.pe/uploads/bibliografia/tesis/tesis_doctorado.pdf

UPEC. (2011). Manual de elaboración de tesis. Ecuador: Universidad Politécnica Estatal Del Carchi.

Recuperado de:

http://www.upec.edu.ec/citte/archivos/manuales/MANUAL_ELABORACION_TESf

APÉNDICE

Apéndice A: encuesta de investigación.

TEMA: La importancia en la toma de decisiones en la gestión de ventas y su incidencia de los estados financieros en la tienda la Curalao Ate Lima en los periodos 2018 y 2017

AREA :

SEXO.

	PREGUNTAS	MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	INDIFERENTE	EN DESACUERDO	TOTALMENTE DESACUERDO
1	Los mensajes de una campaña por escrito y radial son el posicionamiento de la empresa					
2	Los mensajes de una campaña permiten a los clientes reconocer nuestra marca					
3	La marca permite obtener mejores resultados organizacionales					
4	Mi empresa usa Internet frecuentemente para relacionarse con sus clientes					
5	Los vendedores tienen conocimiento al día de las campañas de la competencia					
6	La empresa cuenta con propaganda estándar para las campañas					
7	Nuestro desempeño de aprovisionamiento es superior al de nuestros competidores					
8	La estructura de aprovisionamiento de mercadería contribuye al buen desempeño					
9	La empresa cuenta con servicio de post-venta para atender a sus clientes					
10	Los productos que vende la empresa responden a las necesidades del mercado					
11	La empresa permite que sus clientes hagan sugerencias con respecto a las campañas					
12	Contamos con el stock suficiente para afrontar una campaña					
13	Los empleados asumen como propias las metas establecidas por la empresa					
14	La competencia tiene capacitada a su fuerza de ventas					
15	Los empleados son capacitados por la empresa					
16	Las capacitaciones permiten obtener mejores resultados organizacionales					
17	El clima organizacional de la empresa contribuye al buen desempeño					
18	Los empleados motivados permiten mejores resultados organizacionales					
19	Los gerentes cuentan con información a mano de los estados financieros de la empresa					
20	El personal está capacitado para analizar los estados financieros y tomar decisiones a favor de la empresa					
21	Los gerentes de tienda constantemente evalúan la información económica contable a través de los ratios					
22	Según los resultados de los periodos anteriores, la empresa se encuentra en muy alta rentabilidad					
23	El gerente de tienda posee un conocimiento claro sobre la liquidez que posee la empresa					
24	La elaboración de informes periódicos sobre el cumplimiento de las metas en la ejecución presupuestal son necesarios					
25	Las decisiones de operación ha sido el factor clave que la orientación de la empresa para alcanzar las metas propuestas					
26	La planificación es el elemento clave para el financiamiento operativo de la empresa					
27	La participación de la empresa en el mercado está bien vista por su ejercicio económico					
28	La ventaja competitiva ha generado un valor agregado a la empresa					
29	Las herramientas de análisis financiero permiten tomar decisiones que ayuden a prevenir hechos futuros o a corregir a tiempo los problemas existentes					
30	El gerente de tienda brinda a las áreas los recursos para su operación en mejora a la empresa					
31	El precio de mercado es indicador que aplica para calcular el valor creado por la empresa					
32	Las políticas de financiamiento de la empresa han contribuido en hacerla más competitiva					
33	Las decisiones tomadas en un ejercicio económico de la empresa en la mayoría de los casos son favorables					
34	El gerente tiene conocimiento de los ratios de pérdidas que tiene la empresa					
35	El resultado que obtuvo la empresa respecto a la rentabilidad financiera refleja la eficiencia del gerente					
36	El riesgo financiero tuvo un impacto negativo en la rentabilidad de la empresa					

Fuente: Elaboración propia.

Apéndice B: resultados de las encuestas.

ENCUESTADOS	SEXO	AREA	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	
1	HOMBRE	GERENCIA	1	1	2	5	1	1	5	4	4	2	4	2	2	4	1	1	2	1	5	5	4	4	5	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	5	3	4
2	HOMBRE	VENTAS	1	1	1	4	3	1	5	5	4	2	5	1	1	4	2	1	2	2	5	5	5	4	4	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	4	3	4
3	MUJER	GERENCIA	1	1	1	5	3	2	4	5	5	1	4	2	2	4	1	2	2	1	4	5	4	4	4	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	5	3	4	
4	MUJER	VENTAS	1	1	2	5	3	1	5	3	4	2	5	1	2	5	1	1	1	2	4	5	4	4	5	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	5	3	5	
5	HOMBRE	LOGISTICA	1	1	2	5	3	1	5	4	4	2	4	1	1	4	2	1	2	1	5	5	5	5	4	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	5	3	4	
6	MUJER	VENTAS	2	1	2	4	3	2	3	4	5	2	5	2	2	5	2	1	1	1	5	5	4	4	5	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	4	3	4	
7	HOMBRE	VENTAS	1	1	1	5	2	1	5	5	4	1	4	2	1	5	1	2	1	1	5	5	4	4	4	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	5	3	4	
8	MUJER	LOGISTICA	1	1	2	5	3	2	4	4	5	2	5	2	2	4	1	1	1	1	4	5	5	5	4	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	5	3	4	
9	MUJER	GERENCIA	1	1	1	5	2	1	5	4	5	2	4	1	2	4	1	2	1	2	5	5	4	4	4	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	4	3	3	
10	HOMBRE	LOGISTICA	1	1	2	5	3	1	4	5	4	2	5	2	2	5	1	1	3	1	5	5	4	4	4	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	5	3	4	
11	HOMBRE	LOGISTICA	1	1	2	4	3	2	5	4	4	2	4	1	2	4	1	2	3	1	5	5	4	4	5	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	3	4	
12	HOMBRE	VENTAS	1	1	1	5	3	1	4	4	5	2	5	2	1	4	1	1	3	2	4	5	5	5	4	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	5	3	5	
13	MUJER	VENTAS	2	1	2	5	3	1	5	5	4	1	4	2	2	4	2	1	3	1	5	5	4	4	4	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	4	3	4	
14	HOMBRE	LOGISTICA	1	1	2	5	2	2	3	4	4	2	3	2	2	5	1	1	3	1	4	5	5	4	4	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	5	3	5	
15	MUJER	GERENCIA	1	1	1	5	3	1	5	5	5	2	5	1	2	4	2	2	1	1	5	5	4	4	4	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	5	3	5	
16	MUJER	VENTAS	1	1	2	4	4	2	5	5	4	1	5	2	2	4	1	1	3	2	5	5	4	5	5	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	4	3	4	
17	HOMBRE	VENTAS	2	1	2	5	3	1	4	4	5	2	4	2	1	5	1	1	2	2	4	5	5	4	4	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2	5	4	4	
18	HOMBRE	GERENCIA	2	1	1	5	2	1	5	4	4	2	5	2	2	4	1	1	3	1	5	5	4	4	4	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	5	3	5	
19	MUJER	VENTAS	1	1	2	5	4	1	5	5	4	1	5	2	2	4	2	1	1	1	4	5	4	4	4	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	5	4	4	
20	MUJER	GERENCIA	1	1	1	4	4	1	5	4	4	2	4	1	2	4	1	2	1	1	5	5	5	5	4	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	4	3	4	
21	HOMBRE	VENTAS	1	1	1	5	3	2	5	4	5	1	5	2	2	4	1	1	3	1	5	5	4	5	4	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	5	4	4	
22	MUJER	VENTAS	2	1	2	4	3	1	5	5	4	1	3	2	2	5	1	2	2	1	4	4	4	4	5	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	4	3	5	
23	HOMBRE	LOGISTICA	1	1	1	5	3	2	4	4	4	2	5	2	1	4	2	1	3	2	5	5	4	5	4	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	5	3	4	
24	MUJER	GERENCIA	1	1	1	3	3	1	4	4	5	1	3	2	3	4	2	1	2	1	5	5	4	4	4	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	4	4	4	
25	HOMBRE	GERENCIA	1	1	2	5	5	1	5	4	4	2	5	1	2	4	1	2	1	1	5	4	5	4	5	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	5	3	4	
26	HOMBRE	VENTAS	1	1	2	5	3	2	5	5	4	1	4	2	2	4	1	1	3	2	4	5	4	4	5	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	5	3	4	
27	MUJER	GERENCIA	2	1	1	3	3	2	4	4	4	1	5	2	1	5	1	2	1	1	5	5	5	4	4	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	4	3	4	
28	MUJER	GERENCIA	1	1	2	5	5	1	5	4	5	2	3	2	2	4	1	1	3	2	5	4	4	5	5	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	5	4	5	
29	MUJER	GERENCIA	1	1	2	5	4	1	4	5	4	1	5	1	2	4	1	1	2	1	5	5	5	4	5	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	4	3	4	
30	HOMBRE	VENTAS	1	1	2	5	3	1	5	3	4	2	5	2	2	4	2	1	2	1	4	4	4	4	4	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	5	3	4	

Fuente: elaboración propia.

Fuente: elaboración propia.

AREA	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36
GERENCIA	1	1	2	5	3	2	5	5	4	2	4	2	2	4	1	2	3	2	4	4	5	4	4	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	5	4	4
GERENCIA	1	1	2	5	5	1	5	4	4	2	5	1	1	4	1	2	1	1	4	5	4	5	4	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	5	3	5
GERENCIA	1	1	1	5	3	2	5	4	5	2	5	1	2	4	1	1	1	1	5	5	4	4	4	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	4	3	4
VENTAS	1	1	2	5	4	1	3	3	4	2	4	2	2	4	1	1	3	2	5	5	4	4	4	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	5	3	4
GERENCIA	1	1	1	5	3	2	5	4	4	1	4	2	1	5	2	3	1	1	5	5	4	4	5	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	4	3	4
VENTAS	1	2	1	4	5	1	5	4	5	2	4	1	2	4	1	1	1	1	4	4	4	4	4	1	1	1	2	1	1	2	2	1	5	3	5	
GERENCIA	1	2	1	5	3	2	3	5	4	2	4	2	2	4	1	1	3	1	5	5	4	4	3	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	4	4	4
VENTAS	1	1	2	5	3	1	5	5	5	2	5	2	1	5	2	2	1	2	5	4	4	4	5	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	4	3	5
VENTAS	1	1	2	5	4	2	5	4	4	1	3	3	2	4	1	1	2	1	4	5	5	4	4	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	5	5	4
GERENCIA	1	1	2	5	3	1	4	5	4	2	5	2	2	3	2	2	3	2	5	5	4	4	4	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	5	3	5
GERENCIA	1	2	2	5	3	1	5	5	4	2	3	2	2	4	1	1	1	1	4	5	4	5	5	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	5	4	4
VENTAS	1	1	2	4	4	1	5	5	4	2	5	1	3	5	1	1	3	1	5	5	4	4	4	1	1	1	1	2	1	2	2	2	4	3	5	
VENTAS	1	1	2	4	3	1	4	3	4	1	4	1	2	4	2	1	2	2	4	5	4	4	3	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	5	5	4
GERENCIA	1	1	2	5	4	2	5	5	4	2	5	2	1	2	1	1	2	2	5	4	5	4	4	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	4	5	4
GERENCIA	1	2	2	5	3	1	4	4	5	2	5	2	1	4	1	1	3	3	5	5	4	5	4	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	5	3	5
LOGISTICA	1	1	2	5	3	1	5	5	4	2	5	1	2	4	1	3	3	1	3	5	5	4	4	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	4	4	5
VENTAS	1	1	2	5	3	1	5	4	4	2	4	2	1	5	1	1	2	1	4	4	5	4	4	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	5	3	5
LOGISTICA	1	2	2	4	3	1	5	3	5	2	5	1	1	4	1	2	3	1	4	3	4	4	4	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	5	3	4
VENTAS	1	1	2	5	4	2	3	5	4	1	5	3	2	4	1	1	2	2	5	4	4	4	5	1	2	1	1	2	1	1	1	5	3	3		
VENTAS	1	2	2	5	3	1	4	4	5	1	4	2	1	4	1	2	3	1	5	5	4	4	4	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	5	3	4
VENTAS	1	1	2	5	3	2	5	3	4	2	5	2	2	5	2	2	2	1	4	4	5	4	4	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	5	5	4
VENTAS	1	1	2	5	4	1	5	4	4	2	4	2	2	4	1	1	3	2	5	5	4	4	5	2	2	1	1	2	1	2	2	1	4	4	4	
GERENCIA	1	1	2	5	3	1	3	4	4	2	5	2	2	4	1	1	3	1	4	5	4	5	4	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	5	4	5
GERENCIA	1	1	2	5	3	1	5	5	5	1	5	2	1	4	2	2	2	2	5	5	4	4	5	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	5	3	4
GERENCIA	1	1	2	4	3	1	4	4	4	2	4	2	2	5	1	1	3	3	4	4	5	4	4	1	1	1	2	1	1	1	2	2	5	3	5	
VENTAS	1	1	2	5	3	1	5	4	3	2	5	2	2	4	1	2	3	2	4	3	4	4	4	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	5	5	4
GERENCIA	1	2	2	5	3	1	3	4	5	1	5	1	2	4	1	1	2	2	4	4	4	4	5	1	1	2	1	1	2	2	1	1	5	3	4	
GERENCIA	1	1	2	4	3	1	5	5	4	2	5	2	2	5	2	1	3	1	5	4	4	5	4	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	5	3	4
VENTAS	1	1	2	5	3	1	5	4	4	2	3	2	2	4	1	2	3	2	5	5	5	4	5	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	5	3	5
VENTAS	1	2	2	5	3	2	5	4	4	1	5	2	1	4	1	1	3	1	3	5	4	4	4	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	5	3	4
GERENCIA	1	1	2	4	3	1	4	4	5	1	5	1	2	5	2	1	2	1	5	5	5	4	4	1	2	1	1	2	1	1	2	2	5	3	4	
VENTAS	1	1	2	3	3	1	4	5	4	1	4	2	2	5	2	2	2	2	4	4	4	5	5	1	2	2	2	1	2	1	1	2	5	4	4	

Fuente: elaboración propia.

		estados financieros																			
		P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36		
gestion de ventas	mrketing	P01										XXX	XXX				XXX			3	
		P02			XXX				XXX			XXX									3
		P03	XXX	XXX			XXX											XXX			4
		P04											XXX					XXX			2
		P05																		XXX	1
		P06														XXX				XXX	2
	stock de mercaderia	P07					XXX				XXX	XXX				XXX					4
		P08								XXX							XXX	XXX			3
		P09		XXX															XXX		2
		P10											XXX							XXX	2
		P11													XXX		XXX				2
		P12												XXX					XXX	XXX	3
	fuerza de ventas	P13																XXX			1
		P14										XXX							XXX		2
		P15						XXX							XXX						2
		P16	XXX													XXX		XXX			3
		P17																			0
		P18																		XXX	1

Apéndice C: cruce de información estadística.