



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Contabilidad y Finanzas

“LA VENTA DE MERCADERIAS Y SU INCIDENCIA EN LA
RENTABILIDAD DE BREAKER PERU S.A.C.,
MAGDALENA DEL MAR, 2018”

Tesis para optar el título profesional de:

CONTADORA PÚBLICA

Autor:

SUXA EVELYN FLORES ROJAS

Asesor:

MG.C.P.C. RUPERTO HERNAN ARIAS FRATELLI

Lima - Perú

2019

APROBACIÓN DE LA TESIS

El (La) asesor(a) Mg. CPC. Ruperto Hernán Arias Fratelli y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por el (la) Bachiller **SUXA EVELYN FLORES ROJAS**, denominada:

**“LA VENTA DE MERCADERÍAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE
BREAKER PERÚ SAC, MAGDALENA DEL MAR, 2018”**



Mg. CPC. Ruperto Hernán Arias Fratelli
ASESOR



Dra. Giulliana del Pilar Cisneros Deza
**JURADO
PRESIDENTE**



Mg. Gonzalo Gonzales Castro
JURADO



Mg. Miller Edu Vizcarra Roman
JURADO

DEDICATORIA

La tesis va dedicada a Dios por permitirme lograr mis objetivos y a mi familia que son mi mayor fuerza de impulso y motivo para seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios porque sin él, no hubiera logrado nada, a mi familia porque siempre estuvieron dándome aliento y a los docentes quienes a lo largo de este tiempo pusieron a prueba mis capacidades y conocimientos en el desarrollo de este proyecto.

Tabla de contenidos

ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDOS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN	7- 8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
REALIDAD PROBLEMÁTICA	9-10
VARIABLE VENTA	11-14
VARIABLE RENTABILIDAD	14-21
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	21-23
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	24
TIPO DE INVESTIGACIÓN	24
DISEÑO DE INVESTIGACION	25
TECNICAS E INSTRUMENTOS	27
PROCEDIMIENTOS	28-29
CAPÍTULO III: RESULTADOS	30-35
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	36-39
REFERENCIAS	40-41
ANEXOS	42-60

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: Cuadro comparativo de Ventas 2017-2018	30
FIGURA 2: Organigrama de Políticas de Ventas	31
FIGURA 3: Ratio de Roa cuadro comparativo 2017 - 2018	32
FIGURA 4: Ratio de Roa gráfico comparativo 2017 - 2018	32
FIGURA 5: Ratio de Roe cuadro comparativo 2017- 2018	33
FIGURA 6: Ratio de Roe gráfico comparativo 2017 - 2018	33
FIGURA 7: Ratio de Liquidez cuadro comparativo 2017-2018	34
FIGURA 8: Ratio de Liquidez Gráfico comparativo 2017-2018	34
FIGURA 9: Cuadro comparativo de Ventas 2019	35
FIGURA 10: Estados Financieros 2017	43
FIGURA 11: Estados Financieros 2018	43
FIGURA 12: Estados de Resultados 2017	44
FIGURA 13: Estados de Resultados 2018	44
FIGURA 14: Estados Financieros 2019	45
FIGURA 15: Estados de Resultados 2019	45
FIGURA 16: Matriz de Consistencia	46
FIGURA 17: Operacionalización de Variables Venta	47
FIGURA 18: Operacionalización de Variables Rentabilidad	48
FIGURA 19-22: Materiales Eléctricos	49
FIGURA 23-26: Proveedores varios	50-53
FIGURA 27: Clientes varios	54

RESUMEN

El objeto de investigación sobre la empresa BREAKER PERU S.A.C. es determinar la incidencia o impacto que tiene las ventas sobre la rentabilidad de la empresa. Este tipo de investigación es descriptivo porque explica los hechos como son observados paso a paso y explicativos que busca el porqué de los hechos, estableciendo relación de causa-efecto sobre cada acontecimiento. De diseño no experimental que tiene como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables. Con los resultados de la investigación se debe llevar un control de los movimientos financieros de la empresa, empleando diversas formas que den un buen resultado económico. En conclusión las ventas si tienen incidencia en la rentabilidad, porque representa el incremento o disminución de la inversión de los recursos y si están en las condiciones para operar de acuerdo a sus variables. PALABRAS CLAVES: Predicativa: Se plantea predecir fenómenos o hechos basándose en datos anteriores y técnicas cuantitativas tales como regresión múltiple o análisis causal. Descriptiva: Se efectúa cuando se desea describir, en todos sus componentes principales, una realidad. Explicativa: Es aquella que tiene relación causal, no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo. Puede valerse de diseños experimentales y no experimentales.

ABSTRACT

The object of investigation on the company BREAKER PERU S.A.C. is to determine the incidence or impact that sales have on the profitability of the company. This type of research is descriptive because it explains the facts as they are observed step by step and explanatory that seeks the reason for the facts, establishing a cause-effect relationship on each event. Non-experimental design that aims to investigate the incidence and values in which one or more variables are manifested. With the results of the investigation a control of the financial movements of the company must be kept, using different forms that give a good economic result. In conclusion, sales do have an impact on profitability, because it represents the increase or decrease in the investment of resources and if they are able to operate according to their variables. KEY WORDS: Predicative: It is proposed to predict phenomena or facts based on previous data and quantitative techniques such as multiple regression or causal analysis. Descriptive: It is done when you want to describe, in all its main components, a reality. Explanatory: It is one that has a causal relationship, not only seeks to describe or approach a problem, but tries to find the causes of it. You can use experimental and non-experimental designs.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En muchas empresas de todo el mundo se ha estado creando métodos estrategias que sirven para mejorar la producción y determinar el rendimiento del empleado de cómo se desenvuelven para generar ingresos de ventas o lo que conocemos como productividad de los trabajadores, creando numerosas formas para determinar y medir el aporte de valor de cada colaborador, el rubro comercial en minería representan un sector importante, que influye en el desarrollo de la economía. En nuestro país este sector ha experimentado en los últimos años, diversos cambios positivos y negativos por la reactivación de la demanda interna y la mayor apertura comercial.

En este rubro las ventas son de diferentes etapas, las buenas ventas en las pequeñas y medianas empresas, garantizan la proximidad al cliente adaptándose a las necesidades y la satisfacción que buscan al adquirir el servicio o material, de la misma manera que nos permite conocer más cerca las preferencias de los clientes por lo mencionado, las ventas se convierten en un tema vital en el crecimiento económico.

Es conocido que los bajos niveles de ventas inciden negativamente en la rentabilidad de la empresa y en un nivel inadecuado en el crecimiento económico si las empresas Comerciales no recuperan sus ventas en los plazos previstos o proyectados, pueden entrar en problemas de liquidez, viéndose obligado a recurrir a préstamos bancarios con un impacto negativo en su situación financiera.

En lima la empresa BREAKER PERU SAC al no contar con una gestión eficiente en las ventas, que permita obtener más proyectos, ganar licitaciones, no genera ingresos debido que la rentabilidad se ve afectada no teniendo lo suficiente para poder operar y que disponga de efectivo para pagar obligaciones y al mismo tiempo evitar que existan saldos excesivos por pagar por los intereses.

Afectando también el financiamiento ya que si desean captar más clientes, por no tener un rango de ventas asequibles, el banco no facilita prestamos, por lo que la empresa se estanca ya que está en zona de riesgo.

Por las razones expuestas, hemos considerado que es de gran importancia el desarrollo de la presente investigación sobre las ventas, ya que las ventas son vitales en todo momento, se refiere que la empresa debe aplicar decisiones importantes para captar nuevos clientes y conservar a los clientes actuales también porque de esa manera genera utilidad, financiamiento y más recursos que puedan adquirir.

El crecimiento económico en la empresa significa un incremento notable en los ingresos, mejorando la rentabilidad empresarial por otro lado, también se observa que si no se desarrolla un buen servicio en el ámbito del mercado o no satisface las necesidades del cliente, se verá perjudicado económicamente, generando conflictos en la liquidez, endeudamiento y entre otros. En consecuencia, el crecimiento económico se establece con la eficiencia de la producción de sus ventas, esto se hace con el fin de mantener un nivel satisfactorio, a fin de no llegar a un estado de insolvencia técnica y lo más grave a declararse en quiebra en el año 2018 fue afectada negativamente en su crecimiento económico, generando una disminución en su rentabilidad y perjudicándose financieramente, debido a la mala gestión de las ventas por la dirección Gerencial,

viéndose obligado a reducir inversiones, ya que al solicitar préstamos bancarios no contaban con ingresos suficientes para cumplir con los pagos a sus trabajadores, proveedores e impuestos, teniendo que hipotecar predios de la empresa para obtener préstamos bancarios y poder nivelar cuentas.

VARIABLE VENTA

Según Coloma (2015) en su trabajo de investigación “Estrategia de comercialización de Stevia (Stevia Rebaudiana) al mercado internacional de EE.UU. 2013 – 2014”.

Concluyo Coloma que la producción y comercialización de Stevia al mercado de Estados Unidos, como edulcorante natural es financieramente viable porque permite diversificar las exportaciones ecuatorianas no tradicionales, sin embargo el desconocimiento de la Stevia en el mercado ecuatoriano es lo que impulso a la investigación, resultando un gran aporte comercial y ambiental para Ecuador, ya que siendo un país agrícola tiene sus ventajas respecto a otros países. Por otro lado Coloma espera que esta actividad sea rentable para impulsar su producción y exportación generando a su vez plazas de trabajo, aumentando la renta agrícola para el país y mejorando las relaciones comerciales bilaterales con Estados Unidos.

Según Pilalao y Orrala (2016) en su tesis “Control Interno al área de Ventas para mejorar la rentabilidad en Borletti SA, Guayaquil”. Tuvieron como conclusión en su trabajo de investigación que el control interno asigne de manera formal funciones, políticas y procedimientos en el área de ventas de tal manera que disminuyan posibles fraudes o errores involuntarios por parte de los colaboradores, los que repercuten en su desarrollo

económico todo esto con la finalidad de mejorar la productividad de la empresa en lo cual se reflejara en los resultados a final del periodo contable y podrá contribuir con el crecimiento económico y clima organizacional manifiestan los tesisistas Pilalao y Orrala.

Según Guillen y Sánchez (2017) en su tesis “Evaluación de la gestión del área de ventas de la empresa constructora JSM SAC para proponer medidas correctivas que incrementen la rentabilidad económica, periodo 2015-2016, Chiclayo”.

Concluyeron que como objetivo principal permitirá mejorar la productividad lo siguiente; verificar la calidad de los materiales utilizados en el proyecto ejecutado e identificar deficiencias en el área de abastecimiento de la empresa constructora, también que durante la auditoría de gestión en el área de abastecimiento de la empresa luego del informe final obtuvieron los siguientes resultados: La organización adolece deficiencias en el área de abastecimiento, porque no cuenta con un proceso de abastecimiento de materiales explícito y aprobado por gerencia técnica, el cual servirá como guía para la ejecución de proyectos futuros.

Según Lara y San Pedro (2014) en su tesis "Análisis de los procesos de registro de Compra y Venta de productos para las pequeñas farmacias del Cantón Milagro, Ecuador". Los tesisistas concluyeron establecer procesos contables para llevar un control de compra y venta de productos, implementando un software que agilice la atención a su clientela y mantenga el orden en cuanto a su inventario se refiere, a su vez también ayude a promover el crecimiento de estas farmacias en este mercado competitivo del cantón milagro.

Según Vasconez B.(2015) en su tesis “Análisis del proceso de Ventas y su incidencia en la Rentabilidad de la empresa Infoquality S.A. en la ciudad Quito, año 2014” determina que el análisis de proceso de ventas no cumple con las fases de un proceso de ventas óptimo al no realizar una gestión adecuada de sus clientes, no dispone de un listado actualizado y no aplica estrategias para captación de nuevos clientes, siendo necesario diseñar un nuevo proceso que incluya actividades para posventa y brinde un adecuado servicio al cliente, detecta insatisfacción de los clientes y que los productos no ofrecen diferenciación frente a la competencia a través de los resultados obtenidos del focus group. Vasconez indica que debe realizarse el análisis de costos para lograr una optimización de sus recursos y mantener utilidades atractivas para los Accionistas y la implementación de una herramienta para seguimiento de los clientes y el desarrollo de nuevos productos que permitirá mejorar estos aspectos.

Según Rojas Y. y Guzmán D. (2015) en su tesis “Las ventas y su influencia en el crecimiento económico de la empresa Access Consulting Arquitectura Financiera Sac, San Isidro, Lima 2014” .Tienen como conclusión aplicar gestión de marketing, estrategias promocionales para captar nuevos clientes e incrementar las ventas, en consecuencia, a esto se verá un crecimiento económico y podrá cubrir con sus obligaciones (sueldos, proveedores y tributos). Rojas Y. y Guzmán D. dicen que se debe de establecer una política de publicidad con sus clientes, dando una mayor información de servicio el análisis de los estados financieros con los ratios facilita abundante información para la toma de decisiones en la empresa, se puede decir sobre el endeudamiento, liquidez, inversiones y rentabilidad, dichas decisiones tienen que ser tomadas en forma oportuna y precisa.

Zeballos E. (2014) en su libro de “Contabilidad General manifiesta Teoría y Práctica” denomina venta a la acción mediante una persona que trasfiere a otra la propiedad de un bien o servicio a cambio de un pago.

Ongallo C. (2007) en su libro “El libro de la Venta Directa indica el sistema que ha transformado la Vida de millones de personas” dice que es una mezcla de patrones de funcionamiento del mercado (marketing, producción, logística y finanzas) con una visión de negocio, trato, cuidado, hacia las necesidades del cliente.

Según López. S, Raúl & Tamayo. Ch, Eugenia (2001), dice que las ventas son el medio que tienen las empresas, juntos con la prestación de servicios, para conseguir un fin como la obtención del mayor beneficio posible.

VARIABLE RENTABILIDAD;

Según Coronel (2014) en su tesis “Aplicación de Costos por actividades y su efecto en la rentabilidad de la empresa Cementos Selva S.A.” Tarapoto - San Martin.

Tuvo como conclusión Coronel lo siguiente que evidenciar el efecto en la rentabilidad de la aplicación del sistema de costos por actividades en la empresa es positivo, porque con el sistema de costos la entidad podrá analizar el proceso productivo enfocado en sus actividades.

Según Cruzado (2014) en su tesis “Implementación de un sistema de control interno en el proceso Logístico y su impacto en la rentabilidad de la constructora RIO BADO SAC en el año 2014”.

Concluyo el tesista que la implementación del sistema de control interno en el proceso logístico impacta positivamente en la rentabilidad, debido que en años anteriores se vio afectada por pérdidas originadas en el área logística las cuales ascendieron, sin embargo con la implementación del sistema de control interno en el área logística el costo beneficio fue positivo.

Según Flores (2014) en su tesis “La gestión logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana”.

Concluyó que las distintas unidades del proceso logístico tales como: compras, almacén, transporte y atención al cliente influye de manera favorable en la optimización de la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero de Lima Metropolitana, porque cumple los objetivos planteados de identificar los procesos de cada gestión y así evitar requerimientos innecesarios.

Según Díaz (2013) en su tesis “Ecuador; Producción, Comercialización y rentabilidad de la Naranja (Citrus Aurantium) y su relación con la economía del Cantón la Mana y su zona de influencia año 2011”. Concluyo el tesista que al realizar las respectivas investigaciones orientadas a la producción cítrica en el cantón indica que ha tenido mejores condiciones físicas y climáticas, pero la falta de asesoramiento técnico y la escasa oferta en los mercados influyo en la rentabilidad, luego de los resultados que obtuvo en las encuestas dio a conocer que es necesario realizar un análisis de producción, comercialización y

rentabilidad de la naranja, el mismo que permite conocer la rentabilidad y los canales de comercialización de la naranja y las formas de expandir el producto.

Domínguez, Herbert y Sánchez (2013) desarrollaron la tesis “Relación entre la rotación de personal y la productividad y rentabilidad de la empresa COTTON TEXTIL S.S.A – Planta Trujillo 2013”. Llegaron a la conclusión que mediante el análisis de las variables podemos decir que la rotación del personal en la empresa COTTON tiene una relación inversamente proporcional con la productividad, es decir, a mayor rotación menor productividad por otro lado, se determinó que la rotación de los colaboradores tiene una relación directamente proporcional con la rentabilidad de la empresa”.

Sánchez A. (1994) en su libro “La Rentabilidad económica y financiera de la gran empresa española, análisis de los factores determinantes” indica que la mayor o menor capacidad que tienen las empresas de crear riqueza para sus propietarios, depende del efecto multiplicativo causado por la rentabilidad económica y el grado de endeudamiento o apalancamiento. (pag.120) España. Sánchez menciona que la rentabilidad es “la remuneración que una empresa es capaz de dar a los distintos elementos puestos a su disposición para desarrollar la actividad económica” siendo una medida de eficacia y eficiencia en el uso de estos elementos tanto Financieros como productivos como humanos con lo cual habría que hablar de rentabilidades. (pag.120) España.

RENTABILIDAD SOBRE LOS ACTIVOS (ROA):

Díaz M. (2012) en su libro “Análisis contable con un enfoque empresarial” indica que la rentabilidad es la capacidad de la empresa para generar beneficios que redundan en futuras inversiones, inferiores deudas, más producción, más ventas, más beneficios, mayor crecimiento.

Los indicadores financieros más importantes utilizados por las empresas para medir su rentabilidad es el ROA o ROI que es “La relación entre el beneficio logrado de un determinado período y los activos totales de una empresa” manifiesta Díaz. Este medidor analiza la capacidad efectiva de los activos de una empresa para generar renta por ellos mismos esto se calcula de la siguiente forma:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Beneficio obtenido por la empresa antes de intereses e impuestos}}{\text{Activos Totales. (Pag.52)}}$$

Indacochea A. (2015) en la revista “El ebitda una ecografía financiera” menciona que el ebitda es un indicador financiero de análisis en la empresa que refleja la capacidad para generar utilidades teniendo en cuenta su actividad operativa, dejando de lado el efecto de la deuda y los gastos contables como la depreciación y amortización, brinda una visión de la rentabilidad que genera antes de cualquier inversión.

El EBITDA evoluciona de manera correlacionada a la capacidad de generar caja a nivel operativo no mide la liquidez generada por las empresas elimina los gastos que no son salida de efectivo: la amortización y depreciación, obvia el

pago de intereses y no considera las inversiones en activo fijo ni el capital de trabajo. El EBITDA se puede determinar a partir de la utilidad antes de intereses e impuestos (EBIT) que coincide con la utilidad operativa del estado de ganancias y pérdidas más la depreciación y amortización o a partir de la utilidad neta del estado de resultados más la depreciación y amortización, los intereses e impuestos. (Pág.56-57). El indicador Deuda/EBITDA dice en cuantos años se puede pagar la deuda actual sin intereses con el EBITDA, dejando de lado las inversiones en capital de trabajo y activo fijo, el pago de impuestos y los dividendos, refleja también el número de años que llevaría pagar una deuda para evaluar la capacidad de pago al separar el efecto financiero de la cuenta del estado de resultados y el efecto de distintas estructuras financieras sobre la empresa. (Pág. 58)

Schwarz M. (2018) en su artículo “Finanzas Conductuales: El EBITDA “menciona que refleja las utilidades antes de intereses e impuestos a las cuales se devuelve la depreciación y amortización que no constituyen una salida real de caja y que fueron formulados como costo contable con la finalidad de obtener la utilidad global generada por la gerencia para hacer frente a las estructuras financieras y tributarias del negocio.

El EBITDA refleja un aspecto relevante de la capacidad gerencial ya que para el mercado las empresas valen más por su capacidad de generar caja que por sus activos mismos y el EBITDA es una buena medida para ello. Schwarz M. menciona que es necesario incluir ahora la construcción de un EBITDA moral, no como un complemento del EBITDA, sino como una extensión ampliada del mismo que no es generado a cualquier precio, sino más bien, en operaciones y

negocios que se enmarquen dentro de valores y límites morales de acción, que bien pueden registrarse como mejores políticas de operación y políticas de inversión transformando la manera como se controlan las empresas. (Pag.1) En la práctica Schwarz M. dice que significa la incorporación temprana de las mejores prácticas para gestionar las relaciones con proveedores y clientes, teniendo en cuenta a todas las partes interesadas, así como la manera como se operan ambiental y socialmente las compañías, en línea con la manera como se operan las decisiones corporativas de proyectos, operaciones e inversión a nivel personal, familiar y empresarial con las consecuencias comerciales, operacionales, financieras, contables, tributarias, logísticas, ambientales, sociales y de capital humano que deben tenerse en cuenta para producir ganancias sostenibles en el futuro. (Pag.1)

Cornejo E. y Díaz D. (2006) dicen “No es recomendable considerar el EBITDA como el flujo de efectivo total generado por una empresa, porque al no incluir los flujos provenientes de las inversiones en capital de trabajo y activo fijo, no estaría reflejando el verdadero potencial de generación de beneficios futuros de la compañía”.

RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO (ROE):

Díaz M. (2012) en su libro “Análisis contable con un enfoque empresarial” manifiesta la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios como materiales, humanos y financieros con el fin de obtener resultados, debido que la importancia del análisis de la rentabilidad parte de los objetivos de una empresa basados a las expectativas del cliente puede determinar la seguridad, el riesgo o la solvencia del futuro de la empresa.

Si la utilidad disponible para los accionistas (utilidad financiera neta) es suficiente para justificar la inversión inicial del accionista en el negocio (inversión del accionista o patrimonio) lo que evalúa esta situación es el ROE. En cuanto a la Rentabilidad Financiera se calcula relacionando los Beneficios antes de Impuestos con el Patrimonio Neto o capitales propios:

Beneficios antes de Impuestos / Patrimonio Neto. (Pag.53)

Sánchez, J. (2002) en su libro “Análisis de Rentabilidad de la empresa” menciona la rentabilidad financiera puede considerarse para los accionistas o propietarios que es el indicador que buscan maximizar en interés de los propietarios. Además, una rentabilidad financiera insuficiente supone una limitación por dos vías en el acceso a nuevos fondos propios primero porque ese bajo nivel de rentabilidad financiera es indicativo de los fondos generados internamente por la empresa y segundo porque puede restringir la financiación externa.

Sánchez J. dice que la rentabilidad financiera debería estar en consonancia con lo que el inversor puede obtener en el mercado más una prima de riesgo como accionista, sin embargo esto admite ciertas matizaciones, puesto que la rentabilidad financiera sigue siendo una rentabilidad referida a la empresa y no al accionista, ya que aunque los fondos propios representen la participación de los socios en la empresa, en sentido estricto el cálculo de la rentabilidad del accionista debería realizarse incluyendo magnitudes tales como beneficio distribuable, dividendos, variación de las cotizaciones, etc., y en el denominador

la inversión que corresponde a esa remuneración, lo que no es el caso de la rentabilidad financiera, por lo tanto es una rentabilidad de la empresa. Sánchez J. manifiesta que maximizar el ROE es el principal objetivo de cualquier firma porque expresa el porcentaje de remuneración que puede ofrecerse a los capitales propios (representados por el patrimonio neto), mostrando el lucro que los accionistas obtienen por su inversión. (Pag.10-11).

El análisis de los estados Contables en un entorno dinámico y gerencial de la empresa Sánchez J. manifiesta cuanto más alto sea el ratio de deuda a patrimonio neto este resultado tendrá sentido y si el ROA excede a la tasa de endeudamiento la empresa gana más sobre su dinero de lo que le paga a sus acreedores por consecuente los beneficios en exceso están disponibles para los dueños de la firma, los accionistas, lo cual incrementa el ROE. (Pág. 12)

Por el contrario si el ROA es menor que la tasa de interés, entonces el ROE bajará en un monto que dependerá del ratio de deuda a patrimonio neto, un aumento del pasivo hará una contribución positiva al ROE sólo si el ROA de la empresa supera a la tasa de interés de la deuda, (Pág. 12)

1.2. Formulación del problema

PROBLEMA GENERAL:

¿De qué manera la venta de mercaderías incide en la rentabilidad de BREAKER PERU SAC?

PROBLEMA ESPECÍFICO 1:

¿De qué manera las políticas de ventas inciden en la rentabilidad de BREAKER PERU SAC?

PROBLEMA ESPECÍFICO 2:

¿Cómo la capacitación al personal de ventas incide en la rentabilidad de la empresa BREAKER PERU SAC?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar de qué manera la venta de mercaderías incide en la rentabilidad de BREAKER PERU SAC.

1.3.2. Objetivos específicos

OBJETIVO ESPECÍFICO 1:

Determinar de qué manera las políticas de ventas incide en la rentabilidad de BREAKER PERU SAC.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2:

Determinar cómo la capacitación al personal de ventas incide en la rentabilidad de BREAKER PERU SAC.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

GENERAL:

La venta de mercaderías incide en la rentabilidad de BREAKER PERU SAC.

1.4.2. Hipótesis específicas

ESPECIFICO 1:

Las políticas de ventas inciden en la rentabilidad de la empresa BREAKER PERU
SAC.

ESPECÍFICO 2:

La capacitación al personal de ventas incide en la rentabilidad de BREAKER PERU
SAC.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

Según Tamayo y Tamayo M. (2003) en su libro “Proceso de Investigación Científica”, la investigación descriptiva; “Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente” afirma Tamayo y Tamayo M (Pag.13)

Según Sabino (1986) “La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento de esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada”.

El objetivo de la investigación descriptiva, consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren.

Según Hernández Et. Al (2003) en su libro “Metodología de la Investigación” dice que la investigación correlacional es un tipo de estudio que tiene como propósito evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables (Pag.121)

De acuerdo a la definición planteada por Tamayo y Sabino la investigación propuesta cumple las características planteadas por el autor, por lo que se puede definir que esta investigación es: Descriptiva correlacional.

Diseño de investigación

Según Behar D. 2008 en su libro “Metodología de la investigación”: la ciencia puede contemplarse como institución, método, tradición acumulativa de conocimiento, factor decisivo en el mantenimiento y desarrollo de la producción y como uno de los más influyentes factores de la modelación de las creencias y actitudes hacia el universo y el hombre.

Hernández Et al. (2003) clasifican al diseño de investigación en experimental y no experimental, como su nombre lo dice el diseño experimental que viene a ser situación de control, manipulación intencional de una o más variables independientes (causas) para analizar las consecuencias de la manipulación sobre una o más variables dependientes.

El no experimental se define como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables y en los que se observa los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

Para Sampieri (2003), el diseño no experimental se divide tomando en cuenta el tiempo durante la recolección de datos estos son: diseño transversal donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir las variables y su incidencia de interrelación en un tiempo dado y el diseño longitudinal donde se recolectan datos a través del tiempo en puntos o periodos, para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y sus consecuencias.

El diseño de la presente investigación es no experimental – Transversal.

Método de la investigación

“La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede” afirma Fernández P. y Díaz P. (2002).

De acuerdo a la definición planteada por Fernández y Díaz la investigación de método es cuantitativa.

Unidad de estudio

Empresa BREAKER PERU SAC.

2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

Según Ventura J.L. (2017) en la revista Cubana de Salud pública manifiesta lo siguiente “La población es un conjunto de elementos que contienen ciertas características que se pretenden estudiar por esa razón, entre la población y la muestra existe un carácter inductivo (de lo particular a lo general), esperando que la parte observada (en este caso la muestra) sea representativa de la realidad (entiéndase aquí a la población); para que de esa forma garantice las conclusiones extraídas en el estudio”.

Se establece como población a la empresa BREAKER PERU SAC

LIMA - MAGDALENA 16

TACNA 22

En este caso no aplica muestra porque se utilizara información financiera y no encuesta.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Las técnicas utilizadas para la investigación:

ANALISIS DOCUMENTAL

Dulzaides M. y Molina A. (2004) en su artículo “Análisis Documental y de información: Dos componentes en un mismo proceso” mencionan que el análisis documental es una forma de investigación técnica, conjunto de operaciones que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación, comprende la descripción bibliográfica y general de la fuente, clasificación, anotación, extracción, traducción y la confección de reseñas.”

METODOS ANÁLISIS DE DATOS:

Se utilizó el programa de Excel 2016, que es una herramienta accesible y de fácil uso, donde una vez procesada la información se presentara la misma en forma de cuadros, gráficos e interpretaciones.

Para el procesamiento y análisis de datos:

Tablas

Porcentajes

Para la presentación de resultados:

Gráficos

Interpretación

2.4. Procedimiento

Los procesos que se realizaron para la investigación fueron:

- Investigación sobre la problemática referente a venta de mercaderías y su incidencia en la empresa.
- Formular el problema de investigación.
- Determinar las variables dependientes e independientes.
- Formular los objetivos e hipótesis.
- Aplicar las técnicas e instrumentos de la investigación.
- Realizar cuadros comparativos de ventas.
- Estados financieros.
- Estados de resultados.

- Ratios de rentabilidad de los últimos 2 años.
- Ratios de liquidez de los últimos 2 años.
- Estudio de posibles alternativas que mejoren las ventas en la empresa.
- Aplicación de políticas de ventas y estado financiero junio 2019.
- Análisis y conclusión de mejoría.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3. Resultados Descriptivos:

Se realizó un cuadro comparativo de ventas de enero a diciembre de los años 2017 al 2018.

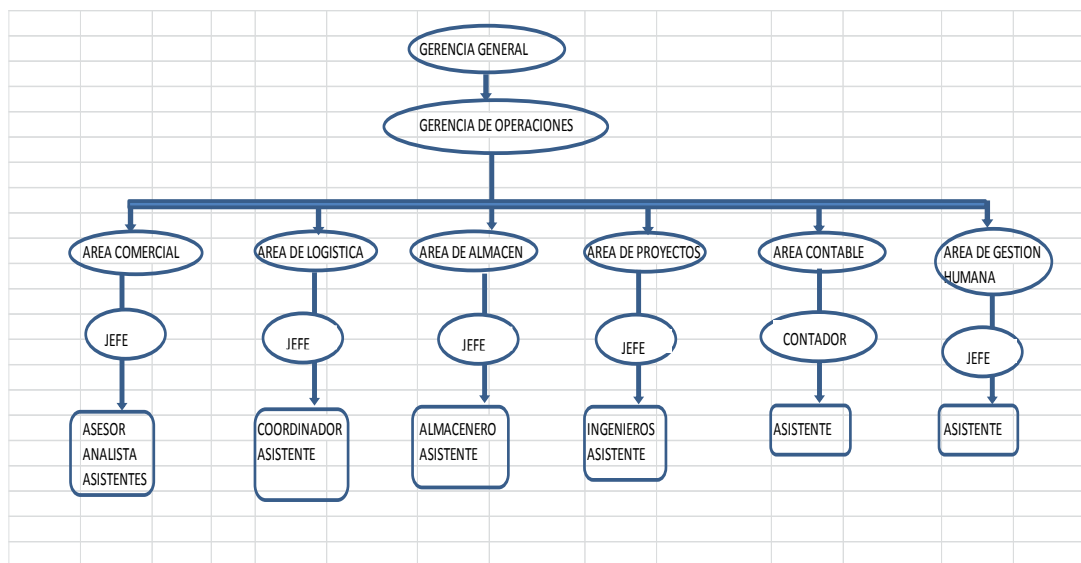
BREAKER PERU SAC		
R.U.C 20455446300		
MESES / AÑO	2017	2018
ENERO	S/2,106,361.28	S/0.00
FEBRERO	S/0.00	S/82,095.07
MARZO	S/4,595,485.28	S/0.00
ABRIL	S/1,623,529.19	S/244,342.73
MAYO	S/1,077,327.68	S/0.00
JUNIO	S/887,087.33	S/0.00
JULIO	S/1,579,581.71	S/212,626.62
AGOSTO	S/642,244.69	S/79,504.63
SETIEMBRE	S/25,255.92	S/132,665.45
OCTUBRE	S/1,480,800.66	S/43,376.50
NOVIEMBRE	S/587,475.68	S/224,835.93
DICIEMBRE	S/1,556,310.52	S/584,711.65
RESULTADO	S/16,161,459.94	S/1,604,158.58

Fuente: Breaker Perú Sac.

Figura: 1

Se observa que el año 2017 tuvo gran cantidad de ventas y que el año 2018 tuvo una disminución notable en todos los meses debido a que la mayoría de los clientes que tenía la empresa pertenecían al sector pesquero y tuvieron incidentes geográficos como el veda cerrando varios proyectos y que el clima ambiental no fue el adecuado para su ejecución, esto repercutió de manera negativa porque no genero ingresos y no tenían liquidez para pago.

Luego de realizar cuadros comparativos de los estados financieros, estados de resultados, la empresa decide diseñar políticas de ventas que mejoren la situación económica y financiera, como realizar inducción y capacitación al personal de ventas e implementar áreas que la empresa no tenía para un mayor control y proceso de gestión.



Fuente: Breaker Perú Sac.

Figura: 2

En este caso el área Comercial con funciones de desarrollar estrategias con objetivos claros y medibles de crear o intensificar marketing de contenidos que atraiga nuevos clientes y genere confianza. Usar tácticas de venta sugerida a quien ya ha comprado para promover productos o servicios relacionados.

El área Logística que se encargara de solicitar las necesidades que requiera la empresa con sustento para implementación de mejoras o servicios, el área de almacén que se encargara de tener un control de recepción de mercadería mediante un kardex, el área de Proyectos que se encargara de ejecutar cada obra viendo que requerimientos se

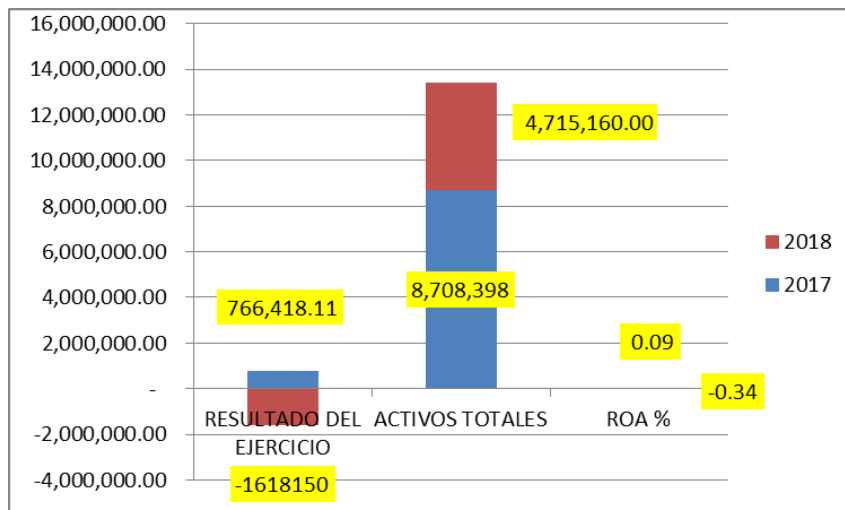
necesita mediante costos, el área contable que se encargara de realizar estados financieros, flujos de caja mensuales para analizar el rendimiento y ver mejoras de la empresa y el área de Gestión Humana que se encargara de velar por los derechos y obligaciones de cada trabajador de acuerdo a su función.

Cuadro comparativo de ROA año 2017 y 2018:

	2017	2018
RESULTADO DEL EJERCICIO	766,418.11	-1618150
ACTIVOS TOTALES	8,708,398	4,715,160.00
ROA %	0.09	-0.34

Fuente: Elaboración propia.

Figura: 3



Fuente: Elaboración propia.

Figura: 4

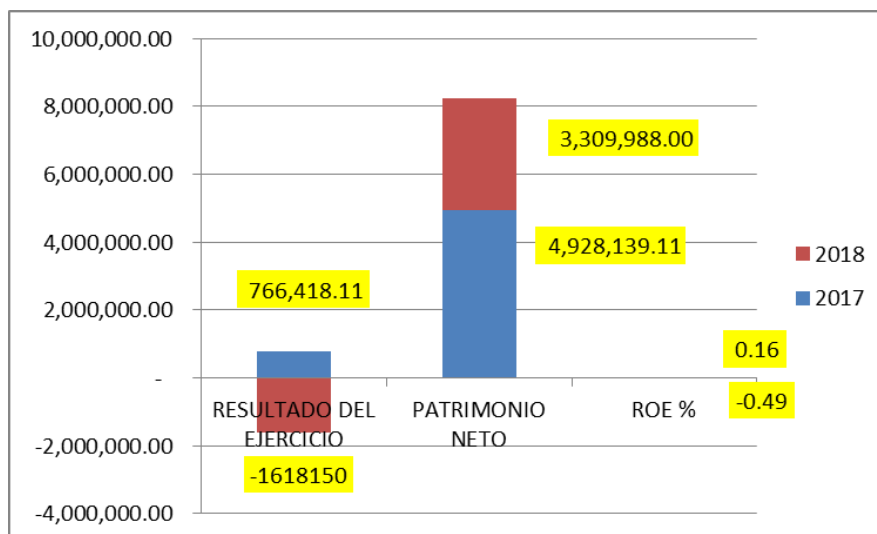
Se interpreta que la rentabilidad de los activos en el año 2017 tuvo un crecimiento de 0.09 % en inversión con sus propios recursos debido al manejo de una buena rotación e ingreso de ventas, sin embargo en el año 2018 tuvo una gran pérdida debido a que varios proyectos se paralizaron con un negativo de 0.34.

Cuadro comparativo de ROE año 2017 y 2018:

	2017	2018
RESULTADO DEL EJERCICIO	766,418.11	-1618150
PATRIMONIO NETO	4,928,139.11	3,309,988.00
ROE %	0.16	-0.49

Fuente: Elaboración propia.

Figura: 5



Fuente: Elaboración propia.

Figura: 6

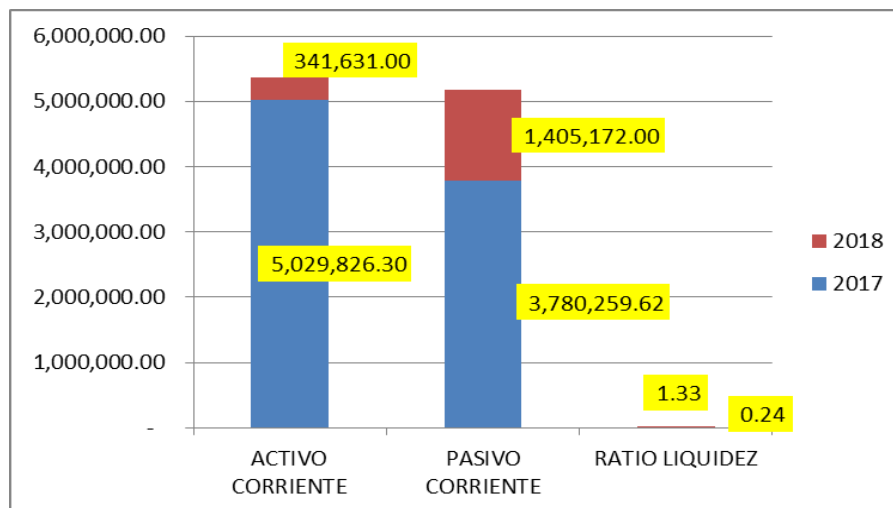
Se interpreta que la rentabilidad del patrimonio de acuerdo a los estados financieros en el año 2017 tuvo 0.16 positivo por la utilidad del año anterior y reservas de fondos propios para pagos de futuras obligaciones dio como resultado positivo al incremento patrimonial mientras que en el año 2018 tuvo una deficiencia de 0.49 negativo en su utilidad neta por los bajos ingresos de ventas y por los gastos que no fueron controlados en la empresa.

Cuadro comparativo de Ratio de Liquidez año 2017 y 2018:

	2017	2018
ACTIVO CORRIENTE	5,029,826.30	341,631.00
PASIVO CORRIENTE	3,780,259.62	1,405,172.00
RATIO LIQUIDEZ	1.33	0.24

Fuente: Elaboración propia.

Figura: 7



Fuente: Elaboración propia.

Figura: 8

En el análisis de los ratios de liquidez año 2017 tuvo como resultado un 1.33 % que se determinó por tener más ingresos, activos de explotación, que deudas por pagar brindando una buena salud económica a la empresa utilizando todos sus recursos, sin embargo en el periodo 2018 solo tuvo un 0.24 % debido a que no tenían liquidez, ingresos para el pago de sus obligaciones originando pérdidas.

Implementando las áreas en la empresa, las políticas de ventas y capacitando al personal para el año 2019 se realizó una proyección de como seria las ventas y para eso se realizó un corte hasta el mes de junio mediante los estados financieros dando los siguientes resultados.

MESES / AÑO	2019
ENERO	S/176,440.86
FEBRERO	S/84,897.13
MARZO	S/122,751.47
ABRIL	S/187,609.00
MAYO	S/55,727.84
JUNIO	S/1,064,660.84
JULIO	
AGOSTO	
SETIEMBRE	
OCTUBRE	
NOVIEMBRE	
DICIEMBRE	
RESULTADO	S/1,692,087.14

Fuente: Breaker Perú Sac.

Figura: 9

Después que se hizo la capacitación al personal y se estableció políticas de ventas que se aprecia desde enero hasta junio con ventas considerables por la captación de nuevos clientes y proyectos en marcha.

De acuerdo al estado financiero 06/2019 se visualiza que gracias al incremento de ventas pudo recuperar un poco su utilidad la empresa, se espera que para fines de año los ingresos sean mayores ya que cuentan con nuevos proyectos por adjudicar.

Para tener una rentabilidad no exigen un monto de ventas específicos, solo que generen ingresos y que sus gastos sean menores que ellos, aplicando los procesos de gestión de cada área.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

Contrastación de hipótesis general:

La venta de mercaderías incide en la rentabilidad de BREAKER PERU SAC.

En la investigación se acepta la hipótesis general que establece que las ventas si incide en la rentabilidad porque afecta los ingresos y movimientos financieros que pueda realizar la empresa.

Estos resultados guardan relación con Vasconez B. (2015) que determina que el análisis de proceso de ventas no cumple con las fases de un proceso de ventas óptimo al no realizar una gestión adecuada de sus clientes, no dispone de un listado actualizado y no aplica estrategias para captación de nuevos clientes, siendo necesario diseñar un nuevo proceso que incluya actividades para posventa y brinde un adecuado servicio al cliente, detecta insatisfacción de los clientes y que los productos no ofrecen diferenciación frente a la competencia a través de los resultados obtenidos del focus group. Vasconez indica que debe realizarse el análisis de costos para lograr una optimización de sus recursos y mantener utilidades atractivas para los Accionistas y la implementación de una herramienta para seguimiento de los clientes y el desarrollo de nuevos productos permitirá mejorar estos aspectos.

En la figura 12 y 13 de la pag.46 se aprecia en los estados de resultados el año 2018 tuvo una gran disminución en las ventas debido que no concretaron proyectos, perdieron varios clientes y no contaban con una política de venta, asesoría que puedan brindarles estrategias para superar ese déficit económico.

Contrastación de hipótesis específicas:

ESPECIFICO 1:

Las políticas de ventas inciden en la rentabilidad de la empresa BREAKER PERU SAC.

Referente a la hipótesis específico I luego de realizar cuadros comparativos de los estados financieros, estados de resultados, la empresa decide diseñar políticas de ventas que mejoren la situación económica y financiera.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene Pilaloa y Orrala (2016) que el control interno establezca funciones, políticas y procedimientos en el área de ventas de tal manera que disminuyan posibles fraudes o errores involuntarios por parte de los colaboradores, los que repercuten en su desarrollo económico todo esto con la finalidad de mejorar la productividad de la empresa en lo cual se reflejara en los resultados a final del periodo contable y podrá contribuir con el crecimiento económico y clima organizacional.

Sim embargo Guillen y Sánchez (2017) para proponer medidas correctivas que incrementen la rentabilidad económica y mejoren la productividad es verificar la calidad de los materiales utilizados en el proyecto ejecutado e identificar deficiencias en el área de abastecimiento y que durante la auditoría de gestión en el área de abastecimiento se

organice porque no cuenta con un proceso de abastecimiento de materiales explícito y aprobado por gerencia técnica, el cual servirá como guía para ejecución de proyectos futuros.

En la figura 1 Pag.31 se observa un cuadro comparativo de ventas de los años 2017 y 2018 donde se determina una gran diferencia por la deficiencia de no llevar un proceso de ventas o sistema de gestión para mejorar la rentabilidad de la empresa.

ESPECÍFICO 2:

La capacitación al personal de ventas incide en la rentabilidad de BREAKER PERU SAC.

Respecto a la hipótesis específica II luego de realizar el análisis mediante los estados financieros la empresa decide implementar áreas que la empresa no contaba para un mayor control y proceso de gestión mediante inducción y capacitación al personal.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene Rojas Y. y Guzmán D. (2015) sobre aplicar gestión de marketing, estrategias promocionales para captar nuevos clientes, en consecuencia a esto se verá un crecimiento económico y podrá cubrir con sus obligaciones, establecer una política de publicidad con sus clientes, dando una mayor información de servicio.

Sim embargo Díaz (2013) manifiesta que la falta de asesoramiento técnico y la escasa oferta en los mercados influye en la rentabilidad, siendo necesario realizar un análisis de producción, comercialización y rentabilidad. En la figura 4 y 6 de la pág.33 y 34 se muestra las tablas de rentabilidad de activos y patrimonio que determina la inversión con sus propios recursos de manera positiva en el año 2017 debido al manejo de una buena rotación e ingreso de ventas, mientras que en el año 2018 tuvo una gran pérdida debido a que varios proyectos se paralizaron.

4.2 Conclusiones

De acuerdo al diagnóstico de la empresa BREAKER PERU SAC 2018, se puede concluir que las ventas de mercadería si incide en la rentabilidad porque se refleja en los ingresos dado que al implementar un proceso de gestión en cada área mejora la productividad y permite a través de la liquidez desempeñar movimientos financieros como inversiones, pago de obligaciones, líneas de crédito que activan a la empresa con un perfil apto para postular a nuevos proyectos o licitaciones.

Debido a los resultados se revelo que existió un inadecuado proceso de ventas en la cual afectó financieramente la empresa concluyendo que las políticas de ventas si inciden en la rentabilidad porque al establecer procesos de venta, atención al cliente y estrategias para captar nuevos proyectos la empresa se desarrollará de manera organizada y llevará un buen control en sus ventas para recaudación.

Se concluye que la capacitación al personal de ventas si incide en la rentabilidad porque al implementar áreas que no contaba la empresa esto genera un mayor control y rendimiento en lo laboral mediante las inducciones y capacitaciones que mejoran empleando gestión de marketing, estrategias promocionales que generen confianza como cartas de presentación, compromiso, ofertas, servicio y calidad.

REFERENCIAS

Coloma (2015), “Estrategia de comercialización de Stevia (Stevia Rebaudiana) al mercado internacional de EE.UU. 2013 – 2014”. Ecuador.

Pilalao y Orrala (2016), “Control Interno al área de Ventas para mejorar la rentabilidad en Borletti SA, Guayaquil”. Ecuador.

Guillen y Sánchez (2017), “Evaluación de la gestión del área de ventas de la empresa constructora JSM SAC para proponer medidas correctivas que incrementen la rentabilidad económica, periodo 2015-2016”. Chiclayo.

Lara y San Pedro (2014), "Análisis de los procesos de registro de Compra y Venta de productos para las pequeñas farmacias del Cantón Milagro ", Ecuador.

Vasconez B. (2015) “Análisis del proceso de Ventas y su incidencia en la Rentabilidad de la empresa Infoquality S.A. en la ciudad Quito, año 2014”

Rojas Y. y Guzmán D. (2015) “Las ventas y su influencia en el crecimiento económico de la empresa Access Consulting Arquitectura Financiera Sac, San Isidro, Lima 2014”

Sánchez A. (1994), “La Rentabilidad económica y financiera de la gran empresa española, análisis de los factores determinantes”. (pag.120) España.

Díaz M. (2012), “Análisis contable con un enfoque empresarial”. (Pag.52)

Coronel (2014) “Aplicación de Costos por actividades y su efecto en la rentabilidad de la empresa Cementos Selva S.A.” Tarapoto - San Martin.

Cruzado (2014) “Implementación de un sistema de control interno en el proceso Logístico y su impacto en la rentabilidad de la constructora RIO BADO SAC en el año 2014”.

Flores (2014) “La gestión logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana”.

Díaz (2013) “Ecuador; Producción, Comercialización y rentabilidad de la Naranja (Citrus Aurantium) y su relación con la economía del Cantón la Mana y su zona de influencia año 2011”

Domínguez, Herbert y Sánchez (2013) “Relación entre la rotación de personal y la productividad y rentabilidad de la empresa COTTON TEXTIL S.S.A – Planta Trujillo 2013”.

Indacochea A. (2015) “El ebitda una ecografía financiera”. (Pag.56-57)

Dulzaides M. y Molina A. (2004) “Análisis Documental y de información: Dos componentes en un mismo proceso”. (Pag.1)

Tamayo y Tamayo M. (2003) “Proceso de Investigación Científica” (Pag.13)

ANEXOS

Cuadro comparativo de estados financieros 2017 y 2018.

BREAKER PERU SAC			
R.U.C 20455446300			
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017			
* SOLES *			
ACTIVO		PASIVO	
CAJA BANCOS	3,505,796.83	TRIBUTOS POR PAGAR	172,660.18
CTAS X COBRAR	1,524,029.47	Remuneraciones Por Pagar	1,325,661.00
Total activo corriente	5,029,826.30	CTAS X PAGAR COMERCIALES	919,138.44
		Ctas por Pagar	1,362,800.00
INM. MAQUI Y EQUI.	3,678,571.81	Total Pasivo Corriente S/.	3,780,259.62
Activo Fijo Neto	3,678,571.81	Total Pasivo No Corriente S/.	-
		PATRIMONIO	
		CAPITAL	1,097,769.00
		EXCEDENTE DE REVALUACION	1,619,751.00
		RESERVAS	3,536.00
		RESULTADO DEL EJERCICIO	2,207,082.00
		TOTAL PATRIMONIO	4,928,138.00
Total Activo S/.	8,708,398	Total Pasivo Patrimonio S/.	8,708,398

Fuente: Breaker Perú Sac.

Figura: 10

BREAKER PERU SAC			
R.U.C 20455446300			
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018			
* SOLES *			
ACTIVO		PASIVO	
CAJA Y BANCOS	341,631.00	Tributos por pagar	42,372.00
CLIENTES	-	Ctas por Pagar	1,362,800.00
Total activo corriente	341,631.00	Total Pasivo Corriente S/.	1,405,172.00
		Ctas por Pagr L/Pzo	-
MAQUINARIAS Y EQUPO	8,142,791.00	Total Pasivo No Corriente S/.	-
(-) DEPRE	- 3,885,733.00		
ACTIVO DIFERIDO	116,471.00	Patrimonio	
Activo Fijo Neto	4,373,529.00	Capital	1,097,769.00
		Reserva	3,536.00
		Exedente de revaluacion	1,619,751.00
		Utilidad	2,207,082.00
		Perdidas Del Ejercicio	-1,618,150.00
		Total Patrimonio	3,309,988.00
Total Activo S/.	4,715,160.00	Total Pasivo Patrimonio	4,715,160.00

Fuente: Breaker Perú Sac.

Figura: 11

Cuadro comparativo de estado de resultados año 2017 y 2018:

BREAKER PERU SAC	
R.U.C 20455446300	
ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017	
* SOLES *	
VENTAS	13,601,401.00
COSTO DE VENTAS	10,648,479.00
UTILIDAD BRUTA	2,952,922.00
(-) GASTOS ADMIN..	994,278.00
(-) GASTOS DE VENTAS	672,928.00
UTILIDAD DE OPERACIÓN	1,285,716.00
INGRESOS FINANCIEROS	-
GASTOS FINANCIEROS	102,972.00
OTROS EGRESOS	-
RESULTADOS ANTES DE PARTIC	1,182,744.00
PARTICIPACIONES 10%	118,274.40
UTILIDAD ANTES DEL IMP	1,064,469.60
IMP A LA RENTA 28%	298,051.49
Utilidad Neta	766,418.11

Fuente: Breaker Perú Sac.

Figura: 12

BREAKER PERU SAC	
R.U.C 20455446300	
ESTADO DE RESULTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018	
* SOLES *	
VENTAS	1359456
COSTO DE VENTAS	2074180
UTILIDAD BRUTA	-714724
(-) GASTOS ADMIN..	242824
(-) GASTOS DE VENTAS	660602
UTILIDAD DE OPERACIÓN	-1618150
INGRESOS FINANCIEROS	
GASTOS FINANCIEROS	
OTROS EGRESOS	
UTILIDAD ANTES DEL IMP	-1618150
Utilidad Neta	-1618150

Fuente: Breaker Perú Sac.

Figura: 13

BREAKER PERU SAC			
R.U.C 20455446300			
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
AL 30 DE JUNIO DEL 2019			
ACTIVO		PASIVO	
Caja y Bancos	689,697	Tributos por pagar	41,196
Clientes	194,353	Remune por Pagar	783
Existencia	121,334	CTS	59,213
Total activo corriente	1,005,385	Total Pasivo Corriente S/.	101,192
Inm Maqui y Equi.	8,235,270	Ctas por Pagar L/Pzo	1,502,138
(-) Deprec	-4,389,839	Total Pasivo No Corriente S/.	1,502,138
Activos diferido	103,953	<u>PATRIMONIO</u>	
Activo Fijo Neto	3,949,384	Capital	1,097,769
		Reserva	3,536
		Excedente de revaluación	1,619,751
		Utilidad	630,383
		Total Patrimonio	3,351,439
Total Activo S/.	4,954,768	Total Pasivo Patrimonio S/.	4,954,768

Fuente: Breaker Perú Sac.

Figura: 14

BREAKER PERU SAC			
R.U.C 20455446300			
ESTADO DE RESULTADOS			
AL 30 DE JUNIO DEL 2019			
			S/.
VENTAS			1,692,087
COSTO DE VENTAS			263,874
UTILIDAD BRUTA			1,428,213
(-) GASTOS ADMIN..			922,932
(-) GASTOS DE VENTAS			497,452
UTILIDAD DE OPERACIÓN			7,829
INGRESOS FINANCIEROS			
GASTOS FINANCIEROS			
DISTRIBUCION LEGAL			783
UTILIDAD ANTES DEL IMP			7,046
IMP A LA RENTA 29.5%			2,079
Utilidad Neta			4,968

Fuente: Breaker Perú Sac.

Figura: 15

MATRIZ DE CONSISTENCIA			
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
Problema General:	Objetivo general:	Hipótesis General:	TIPO DE ESTUDIO
¿De qué manera la venta de mercaderías incide en la rentabilidad de BREAKER PERU SAC?	Determinar de qué manera la venta de mercaderías incide en la rentabilidad de BREAKER PERU SAC.	La venta de mercaderías incide en la rentabilidad de BREAKER PERU SAC.	El tipo de estudio es Descriptiva correlacional
Problemas Específicos:	Objetivos Específicos:	Hipótesis Específicos:	DISEÑO DE ESTUDIO
¿De qué manera las políticas de ventas inciden en la rentabilidad de BREAKER PERU SAC?	Determinar de qué manera las políticas de ventas inciden en la rentabilidad de BREAKER PERU SAC.	Las políticas de ventas inciden en la rentabilidad de la empresa BREAKER PERU SAC.	El diseño de estudio No experimental – Transversal.
			METODO DE INVESTIGACIÓN
¿Cómo la capacitación al personal de ventas incide en la rentabilidad de la empresa BREAKER PERU SAC?	Determinar cómo la capacitación al personal de ventas incide en la rentabilidad de BREAKER PERU SAC.	La capacitación al personal de ventas incide en la rentabilidad de BREAKER PERU SAC.	El metodo de investigacion es Cuantitativo.
			POBLACIÓN
			La población esta conformada por 38 trabajadores de lima y tacna.
			TÉCNICA
			ANÁLISIS DOCUMENTAL
			METODOS ANÁLISIS DE DATOS
			INSTRUMENTO
			Estados Financieros, estados de resultados , cuadro comparativo de ratios.

Fuente: Elaboración propia

Figura 16: Matriz de Consistencia

Operacionalización de variable Dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VENTAS	Según Zeballos E. en su libro "Contabilidad General: Teoría y Practica "(2014); Se denomina Venta al acto mediante el cual una persona trasfiere a otra la propiedad de un bien o servicio a cambio de un pago.	Precio	Oferta y demanda Marca del producto Costos del producto
		Producto	Control de calidad Servicios Beneficios

Fuente: Elaboración propia

Figura 17: Operacionalización de variable Dependiente

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
RENTABILIDAD	<p>Amparo Sánchez Segura (1994) en su libro “La Rentabilidad económica y financiera de la gran empresa española, análisis de los factores determinantes “</p> <p>La mayor o menor capacidad que tienen las empresas de crear riqueza para sus propietarios depende del efecto, también multiplicativo, causado por la rentabilidad económica y el grado de endeudamiento o apalancamiento.</p>	Liquidez	<p>Ratio de Liquidez</p> <p>Inversión</p> <p>Ratio de endeudamiento o apalancamiento</p>
		Financiamiento	<p>Gestión Financiera</p> <p>ROA</p> <p>ROE</p>

Fuente: Elaboración propia

Figura 18: Operacionalización de variable Independiente

MATERIALES ELÉCTRICOS



Fuente: Breaker Peru Sac

Figura 19: Llaves de energía



Fuente: Breaker Peru Sac

Figura 20: Cables eléctricos



Fuente: Breaker Peru Sac

Figura 21: Maquina TREC



Fuente: Breaker Peru Sac

Figura 22: Conectores de aluminio

PROVEEDORES NACIONALES



 Páginas Amarillas

Fuente: Breaker Peru Sac

Figura 23: Proveedores varios



Fuente: Breaker Peru Sac

Figura 24: Proveedores varios



Fuente: Breaker Peru Sac

Figura 25: Proveedores varios

PROVEEDORES INTERNACIONALES



Fuente: Breaker Peru Sac

Figura 26: Proveedores varios

CLIENTES



Fuente: Breaker Peru Sac

Figura 27: Clientes varios

**DOCUMENTOS PARA VALIDAR LOS INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN A TRAVÉS DE
JUICIO DE EXPERTOS**

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a) (ita): Suxa Evelyn Flores Rojas

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante del programa de Working Adult de la Universidad Privada del Norte – UPN, en la sede de Comas, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optare el grado de Licenciada en Contabilidad y Finanzas.

El título de mi proyecto de investigación es: “LA VENTA DE MERCADERIAS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE BREAKER PERU S.A.C., MAGDALENA DEL MAR, 2018” y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar el instrumento de mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de Operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

Suxa Evelyn Flores Rojas

D.N.I:46433926

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable independiente: V. I. VENTA

Zeballos E. (2014) en su libro “Contabilidad General: Teoría y Práctica “se denomina venta al acto mediante el cual una persona trasfiere a otra la propiedad de un bien o servicio a cambio de un pago. El Capítulo 1 del artículo 1 TUO de la ley del impuesto general a las Ventas define el termino venta como acto que se trasfiere bienes a título oneroso independiente de la designación que se ve en los contratos para negociaciones que originan esa transferencia y de las condiciones pactadas por las partes. Entre otras, son variables que determinan un posible comercio en un sitio.

Dimensiones de las variables:

Dimensión 1 Precio

Klimovsky, E. (2000) en su libro “Modelos básicos de las teorías de los precios”; en cualquier tipo de sociedad los individuos deciden que, como, cuanto y donde producen y consumen. Estas decisiones de carácter económico no pueden resultar sistemáticamente incompatibles porque, de ser así, la sociedad no podría funcionar.

Y si solo existiera un agente, la cuestión de la compatibilidad se restringiría un problema de cálculo ya que las decisiones no podrían no ser coherentes. En cambio “Cuando existe una pluralidad de agentes cuyas decisiones son incompatibles, surge la problemática de la coordinación en toda su dimensión, es el caso de una sociedad de mercado en la que centros de decisión actúan unos independientemente de otros” afirma Klimovsky (2000, pag.77-103).

Dimensión 2 Producto

Muñiz R. (2012) en su libro “Marketing en el siglo XXI” menciona que: Cuando una persona acude a un establecimiento o visita una web para efectuar una compra, no solo pide información si no características técnicas y el precio, si no que solicita una información comparativa con otra serie de marcas, así como las ventajas y beneficios que le pueden reportar. “Las respuestas que el cliente reciba le proporcionarán una idea comparativa acerca del producto que le ofrecen y del demandado por el que no se refiere exclusivamente al tamaño, datos técnicos y precio, si no a un conjunto más amplio de características que llamaremos atributos del producto” afirma Muñiz González R. (2012, pag.8)

Variable dependiente: V. D. Rentabilidad

Amparo Sánchez Segura (1994) en su libro “La Rentabilidad económica y financiera de la gran empresa española, análisis de los factores determinantes “: La mayor o menor capacidad que tienen las empresas de crear riqueza para sus propietarios, depende del efecto, también multiplicativo, causado por la rentabilidad económica y el grado de endeudamiento o apalancamiento.

Cualquier persona tiene una idea de lo que es la rentabilidad, pero una definición de ella se hace muy difícil hasta el punto de que la inmensa mayoría de los manuales eluden dar una definición de este concepto. Se limitan a poner fórmulas. Entenderemos por Rentabilidad “la remuneración que una empresa (en sentido amplio de la palabra) es capaz de dar a los distintos elementos puestos a su disposición para desarrollar su actividad económica. Es una medida de la eficacia y eficiencia en el uso de esos elementos tanto financieros, como productivos como humanos. Con lo cual habría que hablar de rentabilidades “Los ratios de rentabilidad se han venido

empleando con la finalidad de analizar la capacidad de generación de resultados, comparando una medida de este, con una medida de dimensión” como afirma Sánchez (1994, pag.120).

Dimensiones de las variables:

Dimensión 1 Liquidez

Según Aching J. (2005) en su libro: “Ratios Financieros y Matemáticas de la Mercadotecnia” menciona que la liquidez mide la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas, expresan no solamente el manejo de las finanzas totales de la empresa, sino la habilidad gerencial para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes . Facilitan examinar la situación financiera de la compañía frente a otras, en este caso los ratios se limitan al análisis del activo y pasivo corriente. Una buena imagen y posición frente a los intermediarios financieros, requiere: mantener un nivel de capital de trabajo suficiente para llevar a cabo las operaciones que sean necesarias para generar un excedente que permita a la empresa continuar normalmente con su actividad y que produzca el dinero suficiente para cancelar las necesidades de los gastos financieros que le demande su estructura de endeudamiento en el corto plazo. (2005, pag.15).

Dimensión 2 Financiero

Sharpe W. (2006) en su libro “Inversores y mercados” sostiene: la teoría Financiera está formada por un conjunto de modelos normativos los cuales son contrastados con la realidad. Su preocupación fundamental es la explicación de la formación de precios de activos financieros y de la forma de cubrirse frente a los riesgos, tomando como referencia un portafolio de activos financieros dentro de la idea de mercados competitivos. “La base metodológica subyacente es el uso de matemáticas en sus diferentes formas, lo cual avala que se trata de modelos rigurosos, su objetivo son las decisiones de inversión en activos financieros y la cobertura para protegerse frente al riesgo” afirma Sharpe (2006, pag.296)