



**UNIVERSIDAD PARTICULAR DE
CHICLAYO**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN
EMPRESA Y NEGOCIOS**



TESIS:

**“Contabilidad Gerencial y la Gestión de Ventas en las Empresas
Comercializadoras del Rubro Supermercados de la Ciudad de
Jaén, Región Cajamarca. Caso: Supermercado el Centro Jaén
2018”**

PARA OPTAR TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

**BACHILLER:
CORTEZ NEYRA MARIA ESTHER**

**ASESOR:
Dr. RAMÓN LLONTOP SEBASTIÁN**

**JAÉN- PERÚ
2019**

DEDICATORIA

A Dios

Por darme la vida y estar siempre conmigo,
guiándome en mi camino.

A mis Padres

José Hermeli Cortez Naira y Aurora Neyra Castillo, quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

A mi hermano Hermenegildo Cortez Neyra por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

María Esther Cortez Neyra

AGRADECIMIENTO

A Dios, por guiar mis pasos en el camino de la felicidad y bendecirme para llegar a concretar esta etapa de mi vida de ser profesional.

A mis padres, por inculcarme siempre los valores y en la perseverancia y apoyarme en cada paso que doy en la vida cumpliendo mis objetivos.

A la Universidad Particular de Chiclayo, personal docente de la escuela profesional de contabilidad y tributación por todos sus conocimientos impartidos e información brindada que será de gran utilidad durante el ejercicio profesional.

María Esther Cortez Neyra

RESUMEN

La investigación titulada “Contabilidad gerencial y la gestión de ventas en las empresas comercializadoras del rubro supermercados de la Ciudad de Jaén, Región Cajamarca. Caso: Supermercado El Centro Jaén 2018”, se realizó con el objetivo de determinar de qué manera la contabilidad gerencial influye en la gestión de ventas en los supermercados de la Ciudad de Jaén, Es un estudio de tipo correlacional causal, con enfoque cuantitativo y un diseño de investigación no experimental, transversal, la Población estuvo conformada por 30 colaboradores de la empresa con desempeño en áreas administrativa, gerencial, contable informática, ventas y logística del supermercado El Centro, elegida como institución muestra, para la recolección de la información se utilizó cuestionarios debidamente validados por juicio de expertos y su confiabilidad probada mediante Alfa de Cronbach, con valores de 0.7983 y 0.8139. Mediante el coeficiente de correlación de Pearson se determinó la correlación de la Contabilidad Gerencial con La Gestión de Ventas ($r= 0.927898$), con el Nivel de Ventas ($r= 0.96200$), con los Gastos Operativos ($r= 0.70655$), y con la Utilidad Neta ($r= 0.7987..$). Para la contratación de hipótesis se utilizó por la naturaleza de las variables y la escala de medición, el estadístico Chi – cuadrado, con valor crítico de 9.49 (correspondiente al 95% de certeza y 4 grados de Libertad), en los tres primeros se confirman las hipótesis de la influencia, pero estar relacionados contabilidad gerencial y utilidad neta, no existe influencia significativa de una variable la otra, lográndose resultados que podrán servir de información para las organizaciones del contexto de estudio y se tomen decisiones, tal cual es la función de la contabilidad gerencial, respecto a la gestión de ventas y de esta manera mejorar la gestión administrativa en este tipo de empresas comercializadoras.

Palabras clave: Contabilidad gerencial, gestión de Ventas, supermercados, toma de decisiones.

ABSTRACT

The investigation titled “Managerial accounting and sales management in supermarkets marketing companies in the City of Jaen Cajamarca Region; Case: Super mercado El Centro - Jaen - 2018”, was carried out with the objective of determining how managerial accounting influences sales management in supermarkets in the City of Jaen. It is a causal correlational study, with a quantitative approach and a non-experimental, cross-sectional research design, the Population was made up of 30 company employees with performance in administrative, managerial, computer accounting, sales and logistics areas of the El Centro supermarket, chosen as a sample institution, for the collection of information Questionnaires duly validated by expert judgment were used and their reliability was tested by Cronbach's Alpha, with values of 0.7983 and 0.8139. Using Pearson's correlation coefficient, the correlation of Managerial Accounting with Sales Management ($r = 0.9278$), with Sales Level ($r = 0.96200$), with Operating Expenses ($r = 0.70655$), and with the Net Utility ($r = 0.7987$). For the hypothesis testing, the Chi-square statistic was used, due to the nature of the variables and the measurement scale, with a critical value of 9.49 (corresponding to 95% of certainty and 4 degrees of Freedom), in the first three the hypotheses of influence are confirmed, but being related to managerial accounting and net income, there is no significant influence of one variable over the other, achieving results that may serve as information for the organizations in the study context and are taken decisions, as is the function of managerial accounting, regarding sales management and thus improve administrative management in this type of trading companies.

Keywords: Managerial accounting, people management, supermarkets, decision making.

ÌNDICE

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO	ii
RESUMEN.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÌNDICE	v
ÌNDICE DE TABLAS	vi
ÌNDICE DE FIGURA	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. DESARROLLO	6
III. METODOLOGIA.....	17
3.1. Tipo de Investigación	17
3.3. Categorías, subcategorías y matriz de categorización (Matriz de consistencia)	1
3.4. Escenario de Estudio	1
3.5. Participantes	1
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	2
3.7. Procedimientos para la recolección de datos e informaciones	5
IV. ANALISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	6
V. DISCUCIÒN	72
5.1. Respecto a la entrevista con el Gerente	72
VI. CONCLUSIONES.....	77
VII. RECOMENDACIONES	78
BIBLIOGRAFÍA.....	79
ANEXOS.....	85

ÌNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población de supermercados Jaén	1
Tabla 2. Personal de supermercado "El centro"	2
Tabla 3. Resumen respecto a las técnicas e instrumentos utilizado	¡Error!
Marcador no definido.	
Tabla 4. Validación de instrumentos por juicio de expertos	4
Tabla 5. Confiabilidad de instrumentos Alpha de Cronbach	4
Tabla 6. Niveles de correlación	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 7. La contabilidad gerencial, el facilitar el proceso de toma de decisiones ...	6
Tabla 8. Los objetivos de la contabilidad gerencial, permiten tomar decisiones	7
Tabla 9. La contabilidad gerencial contribuye a la toma de decisiones a nivel organizacional	8
Tabla 10. Los objetivos de la C.G. ayudan a la toma de decisiones a nivel organizacional en una empresa, de forma directa	9
Tabla 11. Una correcta organización de la C.G. contribuye en la toma de decisiones a nivel organizacional	10
Tabla 12. La contabilidad gerencial proporciona informes confiables	11
Tabla 13. De los elementos de la C.G. la planificación es la más importante.	12
Tabla 14. El planeamiento, corresponde al desarrollo de una estrategia general.	13
Tabla 15. Un plan de trabajo debe incluir a la contabilidad gerencial como instrumento de gestión de una empresa	15
Tabla 16. Un buen plan, se refleja en os informes de contabilidad gerencial	16
Tabla 17. Existe suficiente conocimiento en CG, para aplicarlo en la empresa	17
Tabla 18. La buena toma de decisiones para lograr los objetivos en la empresa.	18

Tabla 19. Una deficiente toma de decisiones genera dificultades operativas y económicas en la empresa	19
Tabla 20. Las deficiencias respecto a la CG que genera problemas a la empresa es el manejo de mala información	20
Tabla 21. Los ejecutivos con los mismos capaces de llevar a cabo la gestión de una empresa para lograr los objetivos propuestos	21
Tabla 22. El control en la CG se usa para tomar decisiones en una empresa.....	22
Tabla 23. Es importante el uso del control en la CG respecto a la toma de decisiones en una empresa	23
Tabla 24. De acuerdo como se aplican las acciones de la CG. en la empresa	24
Tabla 25. La coordinación con la CG incide en la toma de decisiones en la empresa	25
Tabla 26. Tomar decisiones correctivas en la empresa la contabilidad gerencial, se debe tomar en cuenta experiencias pasadas en ella.....	26
Tabla 27. La CG, puede contribuir con la mejora de la gestión en la empresa	27
Tabla 28. Con la mejora en la práctica de costos y gastos financieros, se mejora la gestión de la empresa.....	28
Tabla 29. Las nuevas técnicas y procedimientos de CG favorecen en la empresa	29
Tabla 30. El personal está capacitado en todo lo relacionado a la CG	30
Tabla 31. La contabilidad gerencial debe ser llevada por personal especializado	31
Tabla 32. La gerencia de la empresa realice capacitaciones a fin de desarrollar mejor sus funciones	32
Tabla 33. La toma de decisiones en la empresa se base en la presentación de informes gerenciales	33

Tabla 34. La CG contribuye con la gestión de las ventas en la empresa	34
Tabla 35. La información en ventas para informes o debe ser visada	35
Tabla 36. Un mal manejo de la gestión en ventas, puede poner en riesgo la operatividad de la empresa	36
Tabla 37. Los procesos de ventas en la empresa, aseguran posicionamiento	38
Tabla 38. El posicionamiento incrementa las ventas en los últimos años	38
Tabla 39. Los precios de los productos tienen que ver mucho en un negocio	39
Tabla 40. Los precios que brinda la empresa están al alcance de la comunidad .	41
Tabla 41. El nivel de precios repercute en el nivel de ventas en la empresa	42
Tabla 42. El incremento de las ventas, se da porque se mantiene los precios bajos en comparación a los de otros establecimientos	43
Tabla 43. Se debe ofertar beneficios de descuentos para incrementar su nivel de ventas	44
Tabla 44. Para incrementar el nivel de ventas, ¿se debe invertir en publicidad escrita, radial o televisiva	45
Tabla 45. El local que ocupa actualmente la empresa es el apropiado	46
Tabla 46. La empresa debe utilizar otras estrategias de ventas para incrementar el nivel de las mismas	47
Tabla 47. Los gastos en la empresa son los adecuados por el tamaño de la misma	48
Tabla 48. Servicios básicos adecuados para operatividad de la empresa	49
Tabla 49. Los gastos en ventas permiten una gestión efectiva y eficiente de sus recursos	50
Tabla 50. El gasto en la gestión de mercaderías es el adecuado para el giro del negocio	51

Tabla 51. Se debe tomar en cuenta los gastos para disminuir los impuestos.....	52
Tabla 52. Las operaciones que realiza la empresa hacen rentable la misma	53
Tabla 53. Las utilidades netas generadas deben reflejarse en mejoras para la empresa y sus colaboradores	54
Tabla 54. Existe el flujo de efectivo y capacidad económica para solventar los gastos en la empresa.....	55
Tabla 55. Si se ajusta el presupuesto de operaciones en áreas críticas del negocio, mejora su utilidad neta	56
Tabla 56. La utilidad neta en la empresa en comparación con el año pasado ha aumentado o al menos se ha mantenido.....	57
Tabla 57. Contabilidad Gerencia-Vs.- Gestión de Ventas	64
Tabla 58. Correlación entre Contabilidad Gerencial y Gestión de Ventas	64
Tabla 59. Contingencias para valores observados y esperados (en recuadro)	65
Tabla 60. Contabilidad Gerencial -Vs.- Nivel de Ventas	66
Tabla 61. Correlación Contabilidad Gerencial y Nivel de Ventas.....	66
Tabla 62. Contingencias entre CG y Nivel de Ventas.....	67
Tabla 63. Contabilidad Gerencial-Vs.- Gastos Operativos	68
Tabla 64. Correlación Contabilidad Gerencial y Gastos Operativos	68
Tabla 65. Contingencias ente CG y Gastos Operativos	69
Tabla 66. Contabilidad Gerencial y Utilidad Neta	70
Tabla 67. Correlación entre Contabilidad Gerencial y Utilidad Neta	70
Tabla 68. Contingencias entre CG y Utilidad Neta	71

ÌNDICE DE FIGURA

Figura 1. La contabilidad gerencial, el facilitar el proceso de toma de decisiones ..6	6
Figura 2. Los objetivos de la contabilidad. gerencial, permiten tomar decisiones ...7	7
Figura 3. La contabilidad gerencial contribuye a la toma de decisiones a nivel organizacional.....9	9
Figura 4. Los objetivos de la C.G. ayudan a la toma de decisiones a nivel organizacional en una empresa, de forma directa.....10	10
Figura 5. Los objetivos de la C.G. ayudan a la toma de decisiones a nivel organizacional en una empresa, de forma directa.....11	11
Figura 6. La contabilidad gerencial proporciona informes confiables.....12	12
Figura 7. De los elementos de la C.G. la planificación es la más importante.....13	13
Figura 8. El planeamiento, corresponde al desarrollo de una estrategia general..14	14
Figura 9. Un plan de trabajo debe incluir a la contabilidad gerencial como instrumento de gestión de una empresa 15	15
Figura 10. Un buen plan, se refleja en os informes de contabilidad gerencial 16	16
Figura 11. Existe suficiente conocimiento en CG, para aplicarlo en la empresa...17	17
Figura 12. La buena toma de decisiones para lograr los objetivos en la empresa 18	18
Figura 13. Una deficiente toma de decisiones genera dificultades operativas y económicas en la empresa 19	19
Figura 14. Las deficiencias respecto a la CG que genera problemas a la empresa es el manejo de mala información.....20	20
Figura 15. Los ejecutivos con los mismos capaces de llevar a cabo la gestión de una empresa para lograr los objetivos propuestos 22	22

Figura 16. El control en la CG se usa para tomar decisiones en una empresa.....	23
Figura 17. Es importante el uso del control en la CG respecto a la toma de decisiones en una empresa	24
Figura 18. De acuerdo como se aplican las acciones de la CG. en la empresa ...	25
Figura 19. La coordinación con la CG incide en la toma de decisiones en la empresa	26
Figura 20. Tomar decisiones correctivas en la empresa la contabilidad gerencial, se debe tomar en cuenta experiencias pasadas en ella.....	26
Figura 21. La CG, puede contribuir con la mejora de la gestión en la empresa....	28
Figura 22. Con la mejora en la práctica de costos y gastos financieros, se mejora la gestión de la empresa.....	29
Figura 23. Las nuevas técnicas y procedimientos de CG favorecen en la empresa	30
Figura 24. El personal está capacitado en todo lo relacionado a la CG	31
Figura 25. La contabilidad gerencial debe ser llevada por personal especializado	32
Figura 26. La gerencia de la empresa realice capacitaciones a fin de desarrollar mejor sus funciones	33
Figura 27. La toma de decisiones en la empresa se base en la presentación de informes gerenciales	34
Figura 28. La CG contribuye con la gestión de las ventas en la empresa	34
Figura 29. La información en ventas para informes o debe ser visada.....	36
Figura 30. Un mal manejo de la gestión en ventas, puede poner en riesgo la operatividad de la empresa	37
Figura 31. Los procesos de ventas en la empresa, aseguran posicionamiento	38

Figura 32. El posicionamiento incrementa las ventas en los últimos años.....	39
Figura 33. Los precios de los productos tienen que ver mucho en un negocio.....	40
Figura 34. Los precios que brinda la empresa están al alcance de la comunidad	41
Figura 35. El nivel de precios repercute en el nivel de ventas en la empresa.....	42
Figura 36. El incremento de las ventas, se da porque se mantiene los precios bajos en comparación a los de otros establecimientos	43
Figura 37. Se debe ofertar beneficios de descuentos para incrementar su nivel de ventas	44
Figura 38. Para incrementar el nivel de ventas, ¿se debe invertir en publicidad escrita, radial o televisiva	45
Figura 39. El local que ocupa actualmente la empresa es el apropiado	46
Figura 40. La empresa debe utilizar otras estrategias de ventas para incrementar el nivel de las mismas.....	48
Figura 41. Los gastos en la empresa son los adecuados por el tamaño de la misma	49
Figura 42. Servicios básicos adecuados para operatividad de la empresa.....	49
Figura 43. Los gastos en ventas permiten una gestión efectiva y eficiente de sus recursos	50
Figura 44. El gasto en la gestión de mercaderías es el adecuado para el giro del negocio	51
Figura 45. Se debe tomar en cuenta los gastos para disminuir los impuestos	52
Figura 46. Las operaciones que realiza la empresa hacen rentable la misma.....	54
Figura 47. Las utilidades netas generadas deben reflejarse en mejoras para la empresa y sus colaboradores	55

Figura 48. Existe el flujo de efectivo y capacidad económica para solventar los gastos en la empresa.....	55
Figura 49. Si se ajusta el presupuesto de operaciones en áreas críticas del negocio, mejora su utilidad neta	56
Figura 50. La utilidad neta en la empresa en comparación con el año pasado ha aumentado o al menos se ha mantenido.....	57
Figura 51. Valor calculado de zona de rechazo.....	65
Figura 52. Valor calculado de zona de rechazo.....	67
Figura 53. Valor calculado de zona de rechazo.....	69

ÍNDICE DE ABREVIATURA

PYME	Pequeña y mediana empresa
EIRL	Empresa individual de responsabilidad limitada
V1	Variable uno
V2	Variable dos
Ho	Hipótesis nula
Ha	Hipótesis alternativa
CG	Contabilidad gerencial
G de V	Gestión de ventas
N de V	Nivel de ventas
GO	Gastos operativos
HE1	Hipótesis específico 1
HE2	Hipótesis específico 2
HE3	Hipótesis específico 3
UN	Utilidad neta
CPA	Contabilidad superior de auditoria

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los negocios han experimentado profundos y grandes cambios, por la apertura de nuevos mercados dentro de una economía globalizada, motivando, la búsqueda de otras alternativas por parte del empresario frente al ineludible reto del mercado. Por lo que la **realidad problemática** en este estudio está relacionada al rol que debe asumir hoy la contabilidad, de ser proveedora de información para gestionar estratégicamente la empresa no solo financiera, sino de gestión total de la empresa, actualmente presenta solamente toma decisiones con información financiera dejando de lado importantes sectores y actividades de la empresa que no pueden ser cuantificados en términos financieros, como son la calidad del producto y/o servicios, recursos humanos, brindando un cuadro incompleto de lo que sucede en la empresa. Respecto a la actividad comercial, Jaén tiene un flujo de compradores en buena parte con posición económica que les permite movilizarse a otras ciudades como Chiclayo, Piura Trujillo, Lima y realizan sus compras en supermercados en estas ciudades comparando precios, peso, calidad de productos, atención al cliente, etc., esto obliga a que en los negocios de Jaén, se haga un recalcule sobre todos estos aspectos si se quiere mantener un desarrollo sostenido, e incrementar las utilidades, que en algunos casos no es posible establecer por la deficiente gestión de los procesos inherentes al quehacer del supermercado, como una irreal planificación de los negocios, desembolso elevado de gastos, negligencias de la administración y de los empleados, fijación de precios en función de los costos o de la competencia, cuando se debería fijar según las ventajas y el valor económico percibido por el comprador, pues si el valor puesto es superior al valor económico, es muy probable que la empresa pierda clientes.

Entonces las organizaciones empresariales, en función del entorno donde se desarrollan, están obligadas a tener flexibilidad operativa y adaptarse con rapidez a los paradigmas contables, los sistemas de contabilidad gerencial surgen para proveer información, apoyar a la dirección y control de las empresas además de promover la eficiencia en la organización. “Se ha producido un renacimiento en la teoría y en la práctica de la contabilidad de gestión” (Ashlon, y otros citado por Gil y Guerra.2014. p.1).En la actividad fundamental de las empresas comercializadoras, que son las ventas, la gestión de estas es una clave para el comercio, así respecto a los supermercados, actualmente se puede apreciar una creciente competitividad y globalización entre estas empresas, originado por la migración de grandes cadenas de supermercados de Lima a provincias, por lo que es necesario conocer los parámetros internos y externos que intervienen en la decisión de compra, para desarrollar estrategias comerciales apropiadas para incrementar la demanda de los productos ofrecidos y así aumentar las ventas, la participación en el mercado y los beneficiarios.

Reto de la contabilidad gerencial para enfrentar un desarrollo empresarial, de los supermercados de esta parte del país, donde “El Centro” es uno de ellos, desarrolla sus actividades en la calle San Martín 1111 de la Ciudad de Jaén, región Cajamarca, establecimiento comercial de venta al por menor que ofrece bienes de consumo en sistema de autoservicio: alimentos, artículos de higiene, perfumería, limpieza, etc. con precios accesibles a la población que al igual que cualquier empresa, tiene que sortear dificultades, superar deficiencias, aprovechar oportunidades tener en cuenta las amenazas que el desarrollo y la competitividad de mundo comercial actualmente exige. Surge así el **Problema general** ¿De qué manera la contabilidad gerencial influye en la gestión de ventas en las empresas

comercializadoras del rubro de supermercados en la Ciudad de Jaén, concretamente en el Caso: supermercado El Centro Jaén 2018? Complementado con **los problemas específicas**

- ¿De qué manera la contabilidad gerencial influye en el nivel de ventas, en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la Ciudad de Jaén región Cajamarca? Caso: ¿supermercado El Centro Jaén 2018?
- ¿De qué manera la contabilidad gerencial influye en los gastos operativos, en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la Ciudad de Jaén, región Cajamarca? Caso: ¿supermercado El Centro Jaén 2018?
- ¿De qué manera la contabilidad gerencial influye en la utilidad neta del ejercicio, en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la Ciudad de Jaén, región Cajamarca? Caso: ¿supermercado El Centro Jaén 2018?

El presente trabajo de investigación se justifica en que los supermercados ubicados en la ciudad de Jaén poco o casi nada hacen por darle valor a sus productos y/o servicios, tal así que fijan sus precios establecidos de la competencia, cuando su realidad de estas es otra. La contabilidad gerencial de estas empresas no está comprometida en establecer los precios de acuerdo a los costos y/o gastos, además de fijar un margen de utilidad e impuestos de acuerdo a Ley, y lo más preocupante es no haber establecido el posicionamiento en el mercado de sus productos y/o servicios y de esta manera dejan de percibir mejores ganancias en beneficio de sus integrantes.

Ante la imposibilidad de contar con información financiera, la contabilidad gerencial recobra hoy en día un protagonismo, que lo convertirá en una de las tareas que las organizaciones utilizarán con mayor intensidad. Entonces metodológicamente es

un tema de actualidad, con más relevancia en datos cualitativos. Intentando responder las interrogantes se formularon como siguiente **objetivo general**:

Determinar de qué manera la contabilidad gerencial influye en la gestión de ventas en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la Ciudad de Jaén, región Cajamarca. Caso: Supermercado El Centro Jaén 2018

Y para ampliar nuestra investigación se formularon los siguientes objetivos **específicos**:

- Determinar que la contabilidad gerencial influye en el nivel de ventas, en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la Ciudad de Jaén, región Cajamarca. Caso: Supermercado El Centro Jaén 2018
- Determinar que la contabilidad gerencial influye en los gastos operativos, en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la Ciudad de Jaén, región Cajamarca. Caso: Supermercado El Centro Jaén 2018
- Determinar que la contabilidad gerencial influye en la utilidad neta del ejercicio, en las empresas comercializadoras del rubro supermercados en la Ciudad de Jaén, región Cajamarca. Caso: Supermercado El Centro Jaén 2018

Nuestra hipótesis general al presente trabajado de investigación es:

La contabilidad gerencial influye de manera directa y significativa en la gestión de ventas en las empresas comercializadoras del rubro supermercados en la ciudad de Jaén, región Cajamarca. caso: Supermercado el Centro Jaén 2018.

Y como hipótesis Específicos tenemos:

H1: La contabilidad gerencial influye de manera directa y significativa en el nivel de ventas en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la ciudad de Jaén, región Cajamarca. Caso: Supermercado el Centro Jaén 2018.

H2: La contabilidad gerencial influye de manera directa y significativa en los gastos operativos en las empresas comercializadoras del rubro supermercados en la ciudad de Jaén, región Cajamarca, caso: Supermercado el Centro – Jaén – 2018.

H3: La contabilidad gerencial influye de manera directa y significativa en la utilidad neta del ejercicio en las empresas comercializadoras del rubro supermercados en la ciudad de Jaén – región Cajamarca, caso: Supermercado el Centro – Jaén – 2018.

II. DESARROLLO

Como Antecedentes de la Investigación en el ámbito internacional

Sofía M. (2016), en “La contabilidad gerencial como sistema de información de gestión estratégica. El caso de la empresa PYME Construir S.A.” Universidad Nacional de Córdoba escuela de graduados Argentina, entre otras concluye que: Los recursos tecnológicos son fundamentales en el diseño del sistema de información gerencial que permitirá la creación y acumulación de conocimiento dentro de la empresa y la toma de decisiones, oportuna y eficiente. Si Construir S.A. se enfoca en el desarrollo e implementación de sistemas de contabilidad gerencial que apoyen la toma de decisiones estratégicas, aumentará las posibilidades de éxito de los objetivos de largo plazo de la empresa, preparándola para afrontar con instrumentos técnico los futuros escenarios que pudieran presentarse. (pp.66, 67).

Ruiz Vado, A. (2017). en Aplicación de una Auditoria Administrativa al área de operaciones de Supermercados La Unión en el periodo agosto-septiembre 2017.Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. UNAN-Managua. Donde entre otras se concluye: Que la auditoria administrativa permitió que en Supermercados La Unión león se conociera el grado de cumplimiento y eficiencia de las políticas y procedimientos con los que se rige. Permitió identificar problemas fundamentales y propone soluciones viables a estos. Las oportunidades operativas son mínimas y básicas ya que la distribución de responsabilidades, herramientas de trabajo, tiempo y cargas laborales son adecuados. Las oportunidades son todas

solucionables y gran parte de ellas están en manos del grupo gerencial para sobrellevar con responsabilidad, disciplina y control.

Pantoja H. (2017), en “Modelo de gestión contable en supermercado víveres Bastidas de la ciudad de San Gabriel, Cantón Montufar provincia de Carch”, Universidad Regional autónoma de los andes, La investigación , desarrollo un modelo de gestión contable, para el manejo adecuado de la información contable, que contribuya al crecimiento económico y la organización eficiente y eficaz de la información financiera, para tomar decisiones y tomar medidas correctivas a tiempo en los movimientos que se realiza a diario en el supermercado. El modelo permite que se detecten errores a tiempo y precisar la situación económica y financiera de una empresa, con este proceso tanto los accionistas y el personal administrativo puede tomar las decisiones que benefician el crecimiento y desarrollo empresarial. (p.63)

Gamboa, B. y Blanco G. (2017), en “Sistema contable para la gestión y control de ventas”, Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Bogotá D.C. Colombia y que concluye entre otras que: Se logra que los negocios comerciales optimicen la gestión de inventario y ventas de sus productos a través de una plataforma personalizada. Este proyecto enseñó a conocer nuevas tecnologías de la información que hace más competitivos a la hora de conseguir un empleo, permite desarrollar habilidades para la comunicación asertiva con el cliente, que requieren determinado software, así como la adquisición de modelos de desarrollo y estándares para poder desarrollar más proyectos a futuro. (p.37)

Como Antecedentes de la Investigación en el ámbito nacional

Aguilar, T. y Gómez, V. (2017) en: Aportes de la Contabilidad Gerencial para la toma de decisiones en la empresa MILKA Supermercados EIRL. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo-Cajamarca. Donde se concluye entre otras que: La aplicación de la contabilidad Gerencial es importante porque ayudara a mejorar la gestión de la información contable de la empresa MILKA Supermercados EIRL. La información otorgada al gerente será precisa y oportuna tanto de los ingresos egresos, gastos, costos, inventarios y situación financiera de la empresa para tomar buenas decisiones y lograr alcanzar los objetivos y metas trazadas por la empresa. La Contabilidad Gerencial generara información relevante para los directivos con informes de ventas y satisfacción del cliente, para tener informe detallado de las ganancias por cada producto vendido, analizar el estado real de la organización y llevar un buen control y autonomía de las actividades de la empresa.

1. **Molina V. y Jenss, R. (2017),** en “Aportes de la contabilidad gerencial y la toma de decisiones es una mediana empresa del sector industrial. Universidad Autónoma del Perú, concluye: Si bien muchas empresas consideran costoso implementar un sistema de contabilidad gerencial, los aportes de ésta en la toma de decisiones son favorables, toda vez que las ocasiones donde la empresa utilizó la información de la contabilidad gerencial, le sirvió de mucha ayuda para poder tomar decisiones acertadas. La gestión de la información contable es primordial, brinda un soporte adecuado y efectivo a las empresas, por ello el contador tiene que seleccionar adecuadamente la información y tal como lo indican en muchos

autores la información es la materia prima para poder tomar decisiones acertadas. La calidad de información, que produzca la contabilidad financiera debe ser precisa, actualizada y oportuna, y saber distinguir la información entre lo relevante y lo no relevante, para que pueda coadyuvar de manera eficiente en la toma de decisiones. (p.101)

2. Granizo G. (2017), en la tesis: “Contabilidad de Gestión y su relación con las ventas en la empresa SUPEMSA, enero agosto 2017”, Universidad de Huánuco, donde el autor concluye: Existe una relación directa entre la contabilidad de gestión con las ventas de la empresa SUPEMSA, la contabilidad de gestión es una herramienta que le permite tener un mejor control de su presupuesto, de sus costes. Existe una relación directa entre la dimensión presupuesto de la contabilidad de gestión y las ventas en la empresa SUPEMSA, se consideran las fuentes de ingresos necesarias para implementar mecanismos de comercialización adecuados. Existe relación directa entre la información financiera y las ventas de la empresa SUPEMSA, (pp.91,92)

3. Paz M. (2017), en “Marketing y Gestión en las ventas del Supermercado TOTTUS del distrito de San Vicente Cañete en el año 2016” Universidad Privada San Juan Bautista Filial Chíncha, concluye entre otras: Existe una relación entre el marketing y la gestión de las ventas en el supermercado TOTTUS, porque se observan los resultados estadísticos que son positivamente favorables, ayudando al incremento de las ventas La empresa ha logrado un posicionamiento alto dentro de la provincia, principalmente en las áreas de ventas, servicios de atención al cliente, debido a la relación entre el marketing y la gestión de las ventas. (pp,144).

2.3. Base Teórica

A. Respecto a la Variable: Contabilidad Gerencial

- “La contabilidad representa un testimonio continuo de la vida mercantil de todo negocio, haciendo uso de registros contables, se analiza e interpreta el presente y se proyecta el futuro” (Zeballos, E. 2011).
- La contabilidad gerencial “Es la información contable y de otras áreas para que la gerencia empresarial pueda utilizarlo en la **planeación, toma de decisiones y control empresarial**. (Granados y La Torre.2016)
- La **contabilidad gerencial** es “El sistema contable que suministra a los gerentes información necesaria para las operaciones diarias y también para la planeación a mediano y largo plazo. (Flores, J.2017)
- “Es una metodología que proporciona información financiera, patrimonial y operativa, para la toma de decisiones gerenciales. La gerencia necesita de la contabilidad gerencial para:
 - Resguardar o salvaguardar los bienes, derechos y obligaciones de la empresa.
 - Proponer al directorio políticas, planes, programas y presupuestos.
 - Cumplir con las obligaciones de carácter tributario.
 - Cumplir con las obligaciones de carácter social.
 - Representar a la empresa ante las autoridades judiciales, administrativas, públicas y otros según los poderes que le otorgue el directorio.
 - Proporcionar información oportuna, completa y veraz cuando lo requiera la junta general de accionistas o el directorio.

- Aplicar correctamente los recursos financieros y materiales de la empresa”. (Cano, A. 2013).

Los Objetivos de la Contabilidad Gerencial. son entregar la información, como herramienta necesaria para una correcta y acertada toma de decisiones y que permitan lograr las metas, objetivos y misiones de su responsabilidad, efectuando las correcciones en forma oportuna y logrando:

- Eficacia: para alcanzar las metas establecidas en la empresa.
- Eficiencia: para el logro de las metas con la menor cantidad de recursos, observándose que en el punto clave es ahorro o reducción de recursos al mínimo.
- Productividad: para la relación producto-insumo en un periodo específico, con el adecuado control de calidad.
- Economicidad: que es obtener el objetivo a menor costo posible, en beneficio de la utilidad y rentabilidad de la empresa.
- Responsabilidad social: las empresas deben ser un ejemplo de organización que se preocupen por satisfacer con un sentido justo y humano las necesidades de sus trabajadores, las correspondientes a las poblaciones de su entorno, preservando los recursos naturales y el medio ambiente.
- Control gerencial: con la finalidad de asegurar que los recursos sean obtenidos y utilizados en forma efectiva y eficiente para el logro de los objetivos de la organización.

- Planificación estratégica: conjunto de programas de acción, bien coordinados para asegurar una ventaja sostenible en el largo plazo.

Acuña, H. (2015).

Muchas veces se menciona **la Importancia de la Contabilidad gerencial** para la toma de decisiones, del conocimiento sobre la operación de la empresa y el uso de las herramientas de costos para su valoración, con el fin de controlar y mejorar la utilización de los recursos: la dirección de los recursos, la gestión del talento humano y la administración general son factores claves para que una actividad genere resultados verídicos para la toma de decisiones. Aun así, es notorio el desconocimiento de la contabilidad gerencial, en especial en las empresas pymes, donde no siempre se tiene un control estricto de los recursos utilizados en su operación. (Loayza, N. 2013),

B. Respecto a la Variable: Gestión de Ventas

- **Ventas:** Son una forma de acceso al mercado, que es practicada por la mayor parte de las empresas, que tiene una saturación en su producción y cuyo objetivo es vender lo que producen, por ello es fundamental conocer en que consiste el concepto de “ventas” con el objetivo de identificar a las empresas que lo practican (aún sin saberlo) por qué lo hacen y el riesgo que corren. (Castells M.2010), citado por Granizo G.2017)
- Sobre la **Importancia de las Ventas:** Estas constituyen el primer paso para generar un ciclo económico generando la circulación y el intercambio de dinero en un país. Así toda actividad comercial tiene como única finalidad tener la mayor cantidad de ventas posibles. Es importante que exista las ventas ya que es el único paso para todo proceso comercial, es el punto

inicial que pone en marcha todo el proceso nuevamente, para la recuperación de costos y la obtención de un valor de ganancia que permita la adquisición de nuevos bienes, incremento de la producción y la realización de nuevas inversiones. (Kotler P.2002)

Existen dos Tipos de Ventas: **Ventas directas**. Constituyen un canal de distribución directa, vibrante y de reconocimiento rápido de comercialización de productos o servicios que llegan al consumidor a través de vendedores propios o agentes comerciales. Y **Ventas indirectas**.

Consiste en hacer llegar el producto al consumidor final, a través de uno o más intermediarios que compran el producto y con habilidad lo vuelven a revender, pero con un precio más alto. Existen dos tipos de intermediarios:

Mayorista: Es de alguna manera el intermediario entre el que fabrica un producto y el consumidor final. Las principales características del mayorista es vender en grandes volúmenes y no por unidad, se designa mayorista al comerciante o al comercio que vende al por mayor. El mayorista es uno de los componentes de la “**Cadena de distribución**”, es por este motivo que la empresa que produce el producto no tendrá contacto con el usuario final.

Minorista: Compra productos en grandes cantidades a fabricantes directos o a través de un mayorista para luego venderlos en pequeñas cantidades al público en general. (Ronald. 1988. citado por Guarnizo,2017, p.47:

Gestión de ventas: “La gestión en ventas es uno de los elementos claves que ejerce todo comercio en el rubro de las ventas. Es la creación y la dirección de un grupo de las ventas y la búsqueda y requerimiento en ventas de la compañía” (Paz M.2017), “La gestión de ventas implica distintos

desarrollos, entre ellos: mejora de resultados, producción de costos, prestaciones a los clientes, mercadotecnia, proyección y estimación de resultados en determinadas áreas que deberían percibir la atención para que el negocio incremente y obtenga altos beneficios. Más que tener un grupo eficaz he instruido, la calificación de dirigir es fundamental para optimizar la gestión en los negocios” (Paz M.2017).

Los siguientes pasos facilitan la gestión de ventas:

- a. Control del proceso de ventas:** “Dentro de cualquiera de los periodos del desarrollo de las ventas se obvia o no logra concretarse el resultado, de acuerdo al tiempo establecido previamente, el resultado tiene que variar.”
- b. Planificación de ventas.** El proyectado de ventas, es vital para que las organizaciones que deseen obtener buenos resultados dentro del mercado, lo logren y es un instructivo para los grupos, pues considera objetivos y metas y con esto se realiza una gestión de ventas más lucrativa.
- c. Contratación de talentos.** La gestión de ventas requiere una inversión en el reclutamiento de nuevo personal es fundamental y no debe ser considerado un gasto para la empresa.
- d. Capacitación del equipo:** Se debe instituir la capacitación continua del grupo de ventas, con la finalidad de ir mejorando las potencialidades de los colaboradores, como la potestad de relacionarse y el trabajo con fines positivos. (Parinello, referido por Paz. 2017. p.62

Indicadores de gestión: “Es una expresión cuantitativa del comportamiento de las variables o de los atributos de un producto en proceso” Estupiñán- Gaytán (2006):

Los indicadores de gestión son aquellos instrumentos que permiten medir o calcular el logro de los objetivos organizacionales económicos y sociales. Se clasifican en: **financieros** los que generalmente proviene de los estados financieros y los indicadores **no financieros** que son más operativos o de procesos que determinan la eficiencia, eficacia y efectividad.

En la Investigación, por tratarse de empresas del rubro comercial se considera indicadores no financieros intangibles, que pueden considerarse muchos dependiendo de las circunstancias de la empresa y sus recursos, como índice de satisfacción del cliente, del personal. Tiempo de entrega de pedidos, etc., en el caso se considerará: Nivel de ventas- Gastos operativos y Utilidad neta.

- ❖ **Nivel de ventas:** El volumen de ventas en economía, es una magnitud contable que agrega todos los ingresos que una empresa o unidad contable ha tenido, con motivo de su actividad ordinaria, en un periodo de tiempo determinado. El volumen de ventas es una de las partidas que componen el resultado operativo. (Molina. y Torres. 2017. p.40).
- ❖ **Gastos operativos.** Es el dinero que una empresa u organización debe desembolsar en concepto de desarrollo de las diferentes actividades que despliega. Entre los más comunes se puede citar: pagos por alquiler de local u oficina en la cual está asentada, pago de salarios a sus empleados y pago de suministros” (Rodríguez.2013. citado por Rondón, F. 2017.p.3).
- ❖ **Utilidad neta:** Se calcula como la diferencia entre el ingreso realizado en un periodo y los gastos que se asocian directamente con el ingreso

o por alguna otra razón, se debe reconocer como incurridos en el periodo. Los ingresos del periodo deben superarlo en monto total. De lo contrario, se mostrará una “pérdida neta” en vez de una utilidad neta como resultado de las operaciones en ese periodo contable.

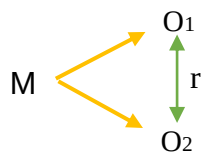
III. METODOLOGIA

3.1. Tipo de Investigación

La investigación se ubica dentro de lo que es una investigación Cualitativa. Para Postolski y otros (2013), el enfoque cualitativo se basa en descripciones y observaciones. Muchas veces se las emplea para elaborar nuevas preguntas de investigación o para refinar las existentes, por lo que no necesariamente apunta a la comprobación de hipótesis, el enfoque cualitativo trabaja fuertemente ligado al contexto en donde se ubica el objeto de investigación y busca establecer relaciones entre ese marco contextual y el fenómeno a estudiar.

3.2. Diseño de Investigación

La investigación tiene diseño NO Experimental, transversal, correlacional. Es **no experimental** porque no manipula la variable contabilidad Gerencial, es **transversal**, pues el recojo de los datos de la población en estudio se realizó en un solo periodo de tiempo, y es correlacional, porque asocia variables V1 y V2, mediante un patrón predecible, el esquema es:



Dónde: M= Muestra

O₁= Observación de la variable V1.

O₂= Observación de la variable V2.

r = relación.

Es **correlacional-causal**. describiendo intencionalmente las variables (contabilidad gerencial y gestión de ventas) a fin de determinar la relación entre ellas y su influencia de la primera en la segunda variable, en las empresas en estudio.

3.3. Categorías, subcategorías y matriz de categorización (Matriz de consistencia)

PROBLEMA DE INVESTIGACION	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES	TIPO DE INVESTIGACION	DISEÑO DE INVESTIGACION	POBLACION
Problema General: ¿De qué manera la contabilidad gerencial influye en la gestión de ventas en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la Ciudad de Jaén, región Cajamarca? Caso: ¿Supermercado El Centro Jaén 2018? Problemas Específicos: PE1: ¿De qué manera la contabilidad gerencial influye en el nivel de ventas en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la Ciudad de Jaén? región Cajamarca. Caso: ¿Supermercado El Centro Jaén 2018? PE2: ¿De qué manera la contabilidad gerencial influye en los gastos operativos en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la Ciudad de Jaén? Región Cajamarca; Caso: ¿Supermercado El Centro Jaén 2018? PE3: ¿De qué manera la contabilidad gerencial influye en la utilidad neta del ejercicio en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la	¿Determinar de qué manera la contabilidad gerencial influye en la gestión de ventas en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la Ciudad de Jaén, región Cajamarca? Caso: ¿Supermercado El Centro Jaén 2018?	Hipótesis General: La contabilidad gerencial influye de manera directa y significativa en la gestión de ventas en las empresas comercializadoras del rubro supermercados en la ciudad de Jaén. Región Cajamarca. caso: Supermercado el Centro Jaén 2018. Hipótesis Específicos: H1: La contabilidad gerencial influye de manera directa y significativa en el nivel de ventas en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la ciudad de Jaén – región Cajamarca, caso: Supermercado el Centro Jaén 2018. H2: La contabilidad gerencial influye de manera directa y significativa en los gastos operativos en las empresas comercializadoras del rubro supermercados en la ciudad de Jaén – región	V.I.: CONTABILIDAD GERENCIAL - Objetivos de C.G. - Organización de C.G. - Conocimiento de C.G. Plan de C.G. - Eficiencia - Eficacia - Control - Acciones asumidas - Mejoramiento - Técnica y procedimientos - Capacitación - Información V.D.: GESTIÓN DE VENTAS - Posicionamiento - Precios de ventas - Estrategias de ventas - Gastos administrativos - Gastos de ventas - Gastos financieros - Rendimiento del activo	- Básica - Cuantitativa - Descriptivo – correlacional – causal	Investigación no experimental – transversal	Supermercados en la ciudad de Jaén que en Número son: 8 empresas
	OBJETIVO ESPECIFICOS					MUESTRA
	OE1: Determinar de qué manera la contabilidad gerencial influye en el nivel de ventas en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la Ciudad de Jaén. región Cajamarca, Caso: ¿Supermercado El Centro Jaén 2018? OE2: Determinar de qué manera la contabilidad gerencial influye en los gastos operativos en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la Ciudad de Jaén – región Cajamarca; Caso: ¿Supermercado El Centro – Jaén? 2018? OE3: Determinar de qué					Gerente, administrador, contador y técnicos de apoyo.

Ciudad de Jaén, región Cajamarca? Caso: ¿Supermercado El Centro – Jaén – 2018?	manera la contabilidad gerencial influye en la utilidad neta del ejercicio en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la Ciudad de Jaén región Cajamarca; Caso: ¿Supermercado El Centro Jaén 2018?	Cajamarca, caso: Supermercado el Centro Jaén 2018. H3: La contabilidad gerencial influye de manera directa y significativa en la utilidad neta del ejercicio en las empresas comercializadoras del rubro supermercados en la ciudad de Jaén región Cajamarca, caso: Supermercado el Centro Jaén 2018.	• Utilidad bruta • Liquidez • Incremento de utilidad			
INSTRUMENTOS				METODOS DE ANALISIS DE DATOS		
• Cuestionario • Guía de entrevista • Guía de observación				• Análisis documental • Método deductivo lógico • Método inductivo • Método estadístico descriptiva (tabla de frecuencia y gráficos, coeficiente de correlación) • Métodos estadístico inferencial (chi cuadrado)		

3.4. Escenario de Estudio

El desarrollo del trabajo de investigación se llevó a cabo en las empresas comercializadoras del rubro supermercados en la ciudad de Jaén – región Cajamarca.

3.5. Participantes

Población: Empresas del rubro supermercados, en la ciudad de Jaén cuya actividad la desarrollan de manera formal, considerando los siguientes:

Tabla 1.

Población de supermercados Jaén

RAZON SOCIAL	DIRECCIÓN	RUC	GERENTE
Autoservicios "El Centro S.A.C."	Calle San Martín N°1111	20601162050	Armando Castillo Cango
Plaza Vea Hiper Mega Plaza	Carretera Jaén - Chamaya	20100070970	Reina Quispe Varias
Mi Norte Jaén	Calle Garcilaso de la Vega N°310 - Centro Jaén	20487493130	Henrry Muñoz Diaz
Mi Norte Express	Calle Libertad N°179 - Jaén	20487493130	Alex Soto Mejía
Tay Loy	Av. Mesones Muro N°518 - Morro solar	20100049181	Roberto Samamé Gálvez
Promart	Av. Mesones Muro S/N - Jaén	20394077101	Perchero Nante Ruiz
Estilos Mega Plaza Jaén	Carretera Jaén - Chamaya	20100199158	Juan Fernández
Minimarket "El Roble"	Jr. Alfredo Bastos N°194 - Morro solar	20602370802	Cynthia del Rocío Hoyos Paredes

Elaboración: Propia

Criterios de inclusión: empresas del rubro supermercados cuya actividad la desarrollan de manera formal,

Muestreo: Se ha elegido por muestreo no probabilístico por conveniencia para el estudio, al supermercado El Centro S.A.C., por la factibilidad de poder acceder a la información cualitativa, requerida y proporcionada por personal que labora en Autoservicios con RUC N°20601162050 y ubicada en la calle San Martín N°1111, el personal, se distribuye según cuadro, para fines de la investigación.

Tabla 2.

Personal de supermercado "El centro"

DETALLE	N° de trabajadores
Gerencia general	1
Gerente administrativo	1
Contador general	1
Especialista en informática	1
Facturación	1
Ventas	15
Logística	10
TOTAL	30

Elaboración: Propia

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Tabla 3.

Resumen respecto a las técnicas e instrumentos utilizado

Técnicas	Instrumentos	Aplicados en
• Revisión bibliográfica	Fuentes bibliográficas (libros, revistas, artículos, tesis, páginas web respecto al tema)	Revisión de fuentes bibliográficas
• Ficha de trabajo	Fichas	Notas Bibliográficas de transcripción textual, y de comentario
• Entrevista	Guía de Entrevista	Forma individual a personal Directivo.
• Observación directa	Ficha de observación	Recojo de información directa
• Encuesta	Cuestionarios: de contabilidad gerencial y de gestión de ventas	Aplicado a personal gerencial y administrativo de la empresa

Elaboración: Propia.

- La Entrevista: Al igual que la observación, es de uso bastante común en la investigación, ya que, en la investigación de campo, buena parte de los datos obtenidos se logran por entrevistas, que es la relación directa establecida por el investigador y su objeto de estudio a través de individuos o grupos con el fin de obtener testimonios orales. (Tamayo y Tamayo.2012. p.189) En la investigación se utilizó mediante preguntas referidas al tema en estudio, para suscitar narraciones de forma verbal sobre la actividad en el supermercado.

La entrevista se aplicó al directivo (Administrador), quien por tener este cargo es quien toma las decisiones en la empresa.

- La Encuesta: Técnica de recolección de información más usada. Se fundamenta en el cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas. (Bernal, C.2010. p.194)
Instrumento: El cuestionario

a) Para la variable independiente (contabilidad gerencial)

Se utilizará el cuestionario que figura en el anexo 4, el cual fue utilizado por Bustios Galván, Natalie Ingrid en la tesis: “La contabilidad gerencial como instrumento financiero en la gestión de las medianas empresas comercializadoras de Hidrocarburos de Lima Metropolitana”, Instrumento que consta de 30 ítems, formulado por preguntas cerradas, con cinco opciones de respuesta por lo que su validez y confiabilidad, debería ser aceptada, sin embargo para efectos de recabar la información respecto a la contabilidad gerencial.

b) Para la variable dependiente (gestión de ventas)

- El cuestionario fue elaborado por la autora de la investigación, haciendo uso de la escala de Likert porque así lo amerita el problema de investigación, toda vez que la elaboración de los ítems va a expresar aspectos donde el encuestado pueda manifestar su opinión dentro de las cinco alternativas de respuesta también consideradas para la variable Contabilidad Gerencial. para su formulación (figura en anexo 4), se utilizó instrumentos en referencia a cada dimensión: para el nivel de ventas el trabajo de Bardales, en la tesis “Marketing Mix y el nivel de ventas en las pymes del sector abarrotes de Huancayo 2018”; para la dimensión: Gastos operativos, el trabajo Cusco

Valle R, en la tesis “Gastos operativos y su incidencia entre la rentabilidad de la empresa comercial Luis Felipe Olmedo Arias de la ciudad de Riobamba, y para la dimensión utilidad neta, en los trabajos de Cusco Valle, R. complementado con el de Avalos C. en la tesis: “Influencia de la estrategia de costos en la utilidad neta de la empresa de servicios agroindustriales del norte E.I.R.L.”. La validación, se efectuó mediante juicio de expertos y la confiabilidad mediante el coeficiente de correlación de Pearson para la aplicación piloto en dos ocasiones de diferente temporalidad y cuyos resultados figuran en paquete del anexo 4. El instrumento consta de 20 ítems, formulado con preguntas cerradas y cinco alternativas de respuesta

c) Validez y Confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos

Tabla 4.

Validación de instrumentos por juicio de expertos

Expertos	Grado y Centro Laboral	Promedio de valoración	Resultado
Mili Brigitte Zaquinaula Quiñonez	CPC	88.80	Validado
Willar Manuel Rimarachin Vega	CPC	83.80	Validado
Díaz Avalos Juan	Mg. UDCH	89.60	Validado
Promedio			Validados

Fuente: Resultados Anexo 4.

Tabla 5.

Confiabilidad de instrumentos Alpha de Cronbach

	Numero de ítems	Numero de encuestados (prueba piloto)	%	Resultado
Instrumento 1 C.G.	30	10	79.83	Confiable

Instrumento 2 G. de V.	20	10	81.39	Confiable
---------------------------	----	----	-------	-----------

Fuente: Resultados Anexo 4.

3.7. Procedimientos para la recolección de datos e informaciones

El proceso de recolección de información inicia con la observación de las actividades desarrolladas en la empresa, la entrevista y el cuestionario planteados por la investigadora a cada uno de los participantes señalados en el presente trabajo de investigación, obteniendo los resultados mediante los siguientes procedimientos:

Para el cuestionario se obtuvo los resultados utilizando el sistema estadístico IBM IPSS v25 y mediante tablas se ingresaron los resultados, los cuales contienen alternativa, frecuencia, porcentaje válido, y porcentaje acumulado. y para obtener los resultados en relación a los objetivos se utilizó la prueba del chi – cuadrado estadístico.

3.8. Rigor científico

La problemática existente del presente trabajo de investigación se centró principalmente en la ausencia de la contabilidad gerencial en la gestión de ventas en los supermercados de la ciudad de Jaén, y para responder a este problema de investigación se invitó a los participantes señalados en el presente trabajo a quienes se les planteó las interrogantes utilizando los instrumentos del cuestionario y la entrevista, quienes respondieron con total responsabilidad y certeza, cuyas respuestas fueron coherentes con las opiniones de autores expertos en el tema en estudio, además de la aplicación de las técnicas y procedimientos para la recolección de datos que fueron eficaces, los cuales concluyeron que la contabilidad gerencia influye significativamente en la gestión de ventas de los

supermercados de la ciudad de Jaén. Estos resultados logrados servirán para que profesionales y estudiantes interesados en el tema materia de estudio, amplíen o modifiquen en beneficio de las empresas y de la sociedad y esta manera habrá adquirido rigor científico nuestro trabajo de investigación.

IV. ANALISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Los resultados obtenidos utilizando el instrumento del cuestionario fueron los siguientes:

Contabilidad Gerencial

1. ¿De los objetivos de la contabilidad gerencial, el facilitar el proceso de toma de decisiones es el más importante a nivel empresarial?

Tabla 6.

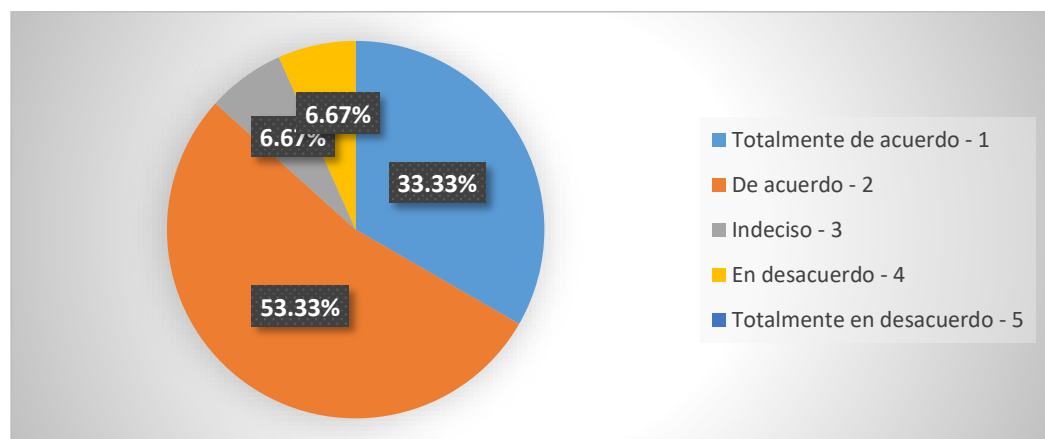
La contabilidad gerencial, el facilitar el proceso de toma de decisiones

Alternativa	Frecuencia	% Válido	%Acumulado
1	10	33.33	33.33
2	16	53.33	86.66
3	2	6.67	93.33
4	2	6.67	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial-Anexo 6

Figura 1.

La contabilidad gerencial, el facilitar el proceso de toma de decisiones



Fuente: Base de datos – variable contabilidad gerencial-Anexo 6

Interpretación:

Del cuadro estadístico se observa que 53.33% personas del total de la muestra están de acuerdo que el objetivo de la contabilidad gerencial el facilitar la toma de decisiones en la empresa es el más importante, el 33.33%) manifiestan estar totalmente de acuerdo y los 4 restantes (13.34%) están indecisos o en desacuerdo.

2. ¿La práctica los objetivos de la contabilidad gerencial, teóricamente conocidos, permiten tomar decisiones importantes en la organización de la empresa?

Tabla 7.

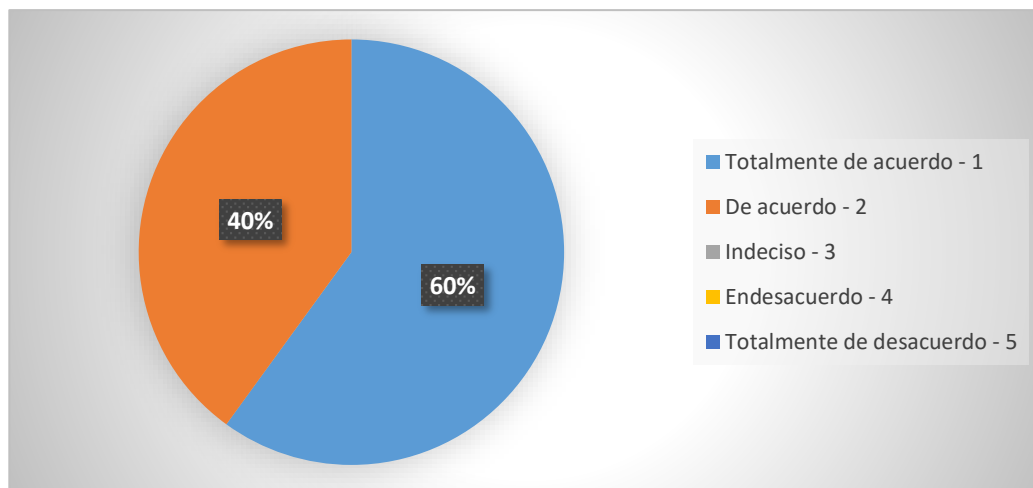
Los objetivos de la contabilidad gerencial, permiten tomar decisiones

Alternativa	frecuencia	% válido	%acumulado
1	18	60	60
2	12	40	100
3	0	0	100
4	0	0	100
5	0	0	100
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial Anexo 6

Figura 2.

Los objetivos de la contabilidad. gerencial, permiten tomar decisiones



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial-Anexo 6

Interpretación:

De la tabla de frecuencias, en el total de trabajadores, el 60% están totalmente de acuerdo en que los objetivos de la contabilidad gerencial permiten tomar decisiones importantes en la organización de la empresa, el 40% está de acuerdo, es decir conocen la finalidad de la contabilidad gerencial.

- ¿La organización de la contabilidad gerencial en una empresa, contribuye a la toma de decisiones a nivel organizacional?

Tabla 8.

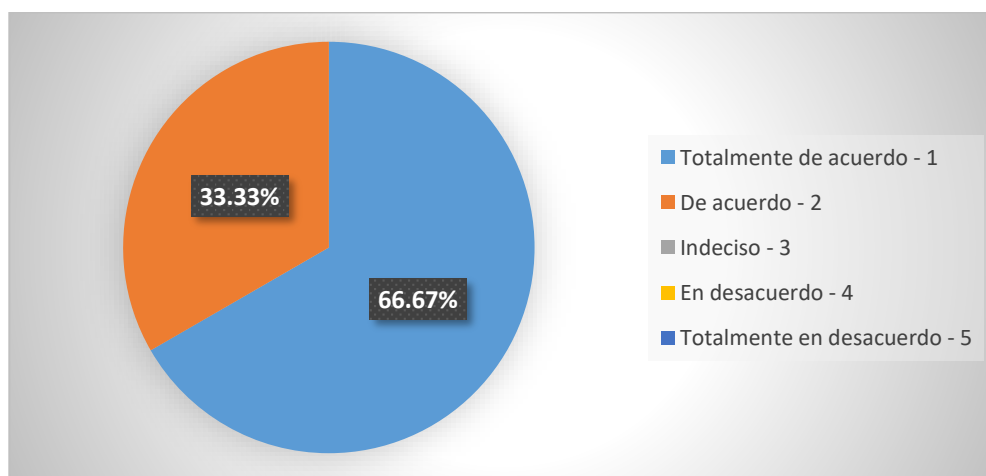
La contabilidad gerencial contribuye a la toma de decisiones a nivel organizacional

Alternativa	frecuencia	% válido	%acumulado
1	20	66.67	66.67
2	10	33.33	100.00
3	0	0.00	100.00
4	0	0.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 3.

La contabilidad gerencial contribuye a la toma de decisiones a nivel organizacional



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial Anexo 6

Interpretación:

Del total de trabajadores encuestados, el 66.67% manifiesta estar totalmente de acuerdo con que los objetivos de la contabilidad gerencial, en la práctica facilitan la toma de decisiones a nivel organizacional y el 33.33% restante manifiesta estar de acuerdo, con lo que en mayoría absoluta son conscientes del rol de la contabilidad gerencial en la empresa.

4. ¿Los objetivos de la contabilidad gerencial ayudan a la toma de decisiones a nivel organizacional en una empresa, de forma directa?

Tabla 9.

Los objetivos de la C.G. ayudan a la toma de decisiones a nivel organizacional en una empresa, de forma directa

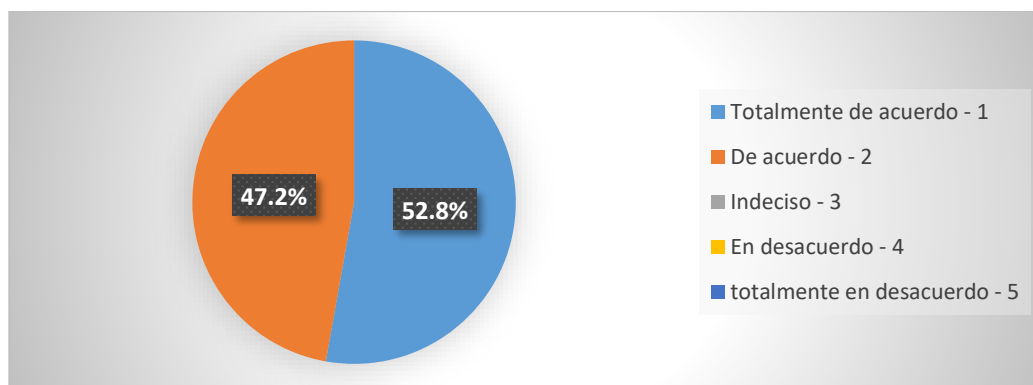
Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	16	52.8	52.8
2	14	47.2	100.00
3	0	0.00	100.00
4	0	0.00	100.00

5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 4.

Los objetivos de la C.G. ayudan a la toma de decisiones a nivel organizacional en una empresa, de forma directa



Interpretación:

Del total de encuestados, se observa que el 52.8% (16 personas) consideran estar totalmente de acuerdo que los objetivos de la contabilidad gerencial ayudan de forma directa en la toma de decisiones en una empresa; y el 47.2% indica estar de acuerdo, lo que pone de manifiesto que el personal, tiene conocimiento sobre el rol de la contabilidad gerencial en la empresa.

- ¿Una correcta organización de la contabilidad gerencial contribuye notablemente en la toma de decisiones a nivel organizacional en una empresa?

Tabla 10.

Una correcta organización de la C.G. contribuye en la toma de decisiones a nivel organizacional

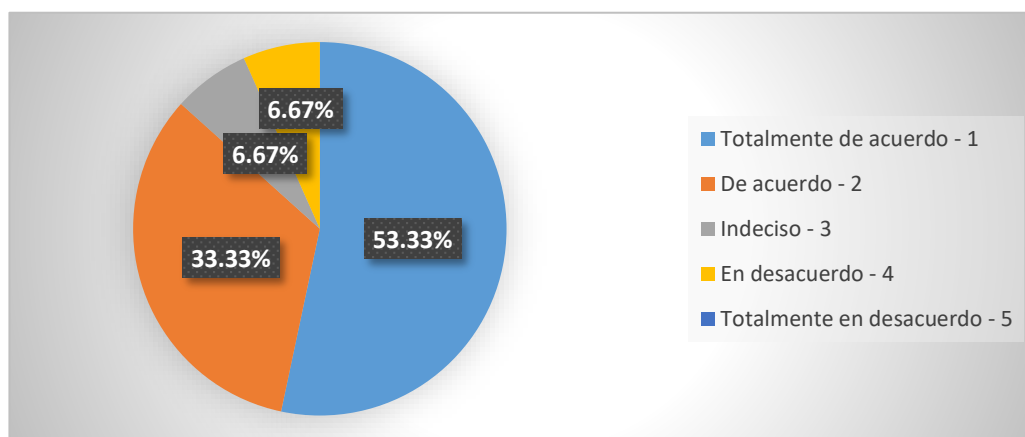
Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	16	53.33	53.33
2	10	33.33	86.66
3	2	6.67	93.33

4	2	6.67	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial anexo 6

Figura 5.

Los objetivos de la C.G. ayudan a la toma de decisiones a nivel organizacional en una empresa, de forma directa



Interpretación:

Del total de encuestados sobre el hecho de que una correcta organización de la contabilidad gerencial contribuye de forma notable en la toma de decisiones a nivel organizacional, el 86.66% considera estar de acuerdo y totalmente de acuerdo. el 6.67% no se atreve a dar una opinión al respecto, y el 6.67% restante reconocida la aplicabilidad de la contabilidad gerencial.

- ¿La organización de la contabilidad gerencial en la empresa ayuda en la toma de decisiones a nivel organizacional proporcionando informes confiables?

Tabla 11.

La contabilidad gerencial proporciona informes confiables

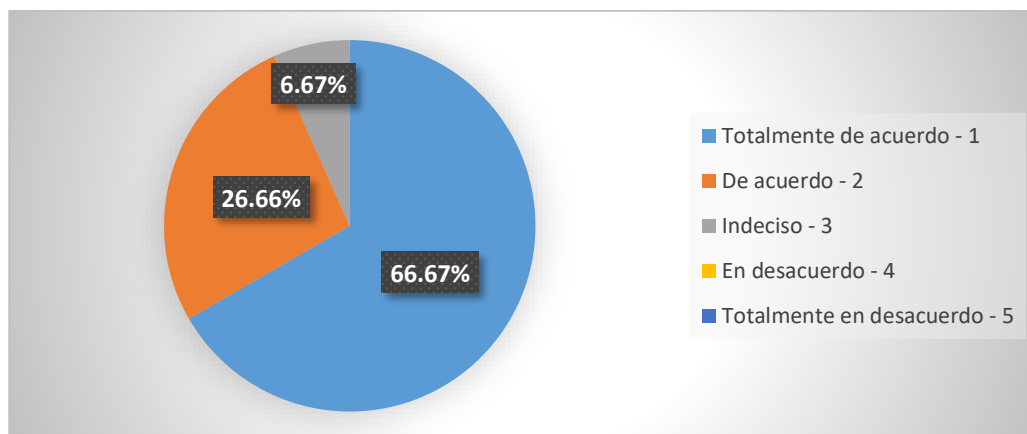
Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	20	66.67	66.67
2	8	26.66	93.33
3	2	6.67	100.00
4	0	0.00	100.00

5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial-Anexo 6

Figura 6.

La contabilidad gerencial proporciona informes confiables



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial anexo 6

Interpretación:

Sobre esta pregunta formulada al personal encuestado de la empresa, el 66.67% considera estar totalmente de acuerdo, el 26.66% estar de acuerdo, es decir que 93.33%, opina favorablemente sobre la importancia de la contabilidad gerencial en proporcionar informes confiables, para la toma de decisiones a nivel organizacional, el 6.67% restante manifiesta no pronunciarse.

- ¿De los elementos de la contabilidad gerencial que se conoce, la planificación es la más importante para una empresa?

Tabla 12.

De los elementos de la C.G. la planificación es la más importante.

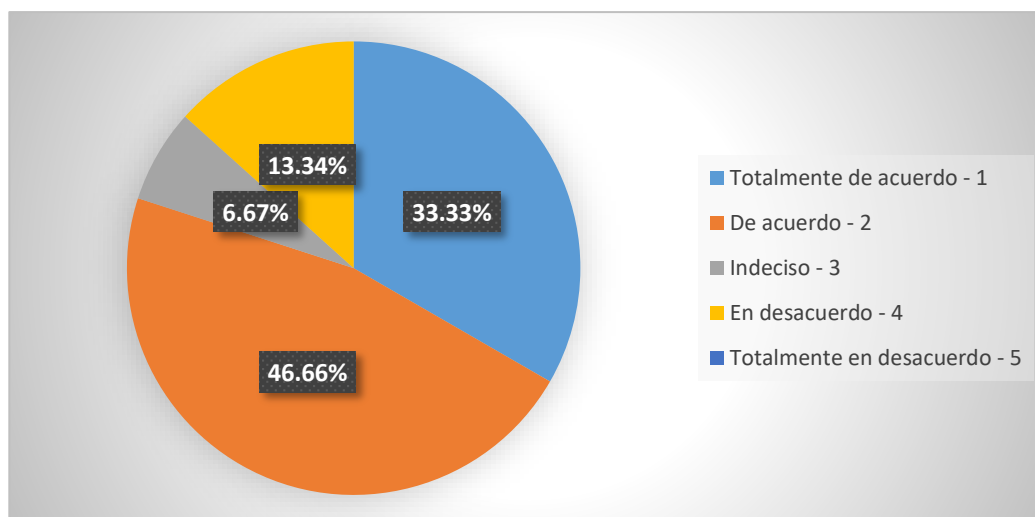
Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	10	33.33	33.33
2	14	46.66	79.99
3	2	6.67	86.66

4	4	13.34	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 7.

De los elementos de la C.G. la planificación es la más importante.



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

Del total de personal encuestado, el 33.33% considera estar totalmente de acuerdo y el 46.66% de acuerdo con el hecho que la planificación es el más importante entre los elementos de la contabilidad gerencial, lo que hace una mayoría de 79.99% mientras que el 6.67% se declara indeciso en responder y el 13.34% considera estar en desacuerdo.

8. ¿El planeamiento para la toma de decisiones en una empresa le corresponde el desarrollo de una estrategia general?

Tabla 13.

El planeamiento, corresponde al desarrollo de una estrategia general

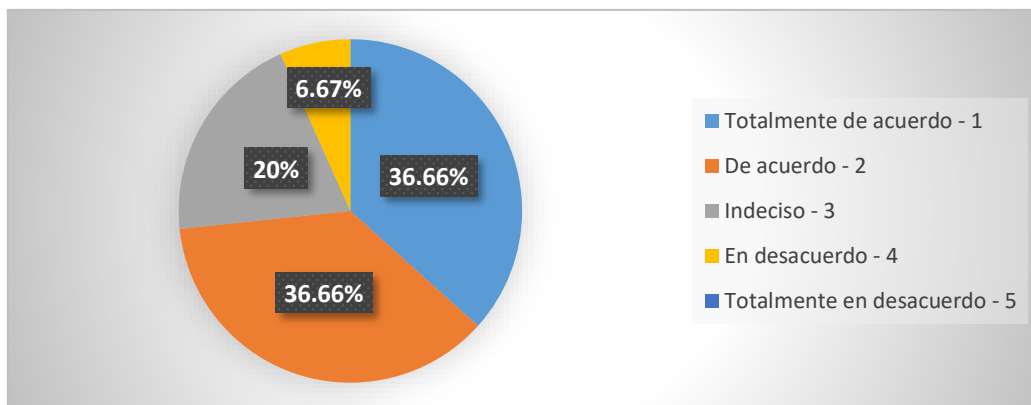
Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	11	36.66	36.66
2	11	36.66	73.32
3	6	20.00	93.33

4	2	6.67	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial anexo 6

Figura 8.

El planeamiento, corresponde al desarrollo de una estrategia general



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial anexo 6

Interpretación:

Del total de personal encuestado, el 73.32 están totalmente de acuerdo y de acuerdo con el hecho de que para efectuar el planeamiento para la toma de decisiones corresponde desarrollar una estrategia general para la empresa, el 20% muestra inseguridad en su respuesta tal vez por desconocimiento y el 6.67% restante manifiesta no estar de acuerdo, porque el desarrollo de estrategias es una obligatoriedad en la empresa, mientras la contabilidad gerencial está no muy oficializado en el ambiente empresarial.

9. ¿Un plan de trabajo debe incluir a la contabilidad gerencial como instrumento de gestión de una empresa?

Tabla 14.

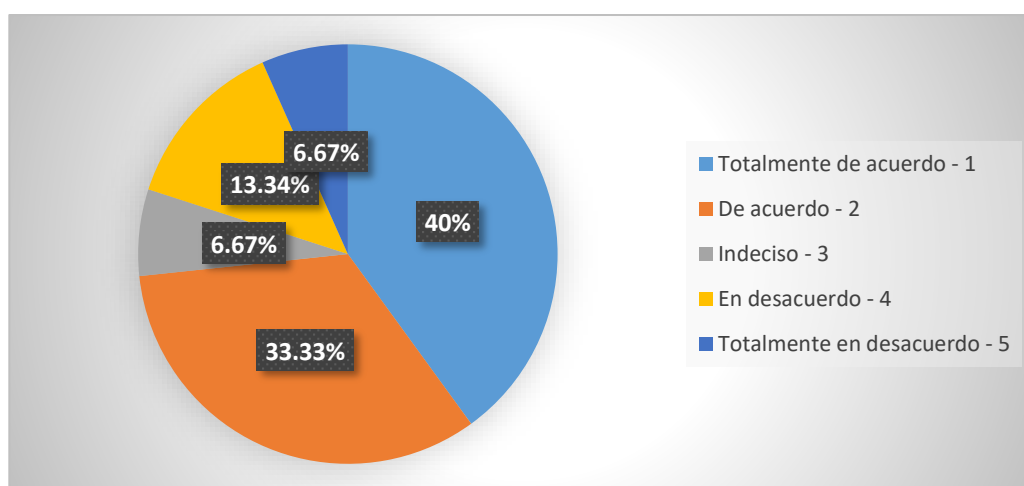
Un plan de trabajo debe incluir a la contabilidad gerencial como instrumento de gestión de una empresa

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	12	40.00	40.00
2	10	33.33	73.33
3	2	6.67	80.00
4	4	13.34	93.33
5	2	6.67	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial anexo 6

Figura 9.

Un plan de trabajo debe incluir a la contabilidad gerencial como instrumento de gestión de una empresa



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial anexo 6

Interpretación:

Consultado el personal sobre si un plan de trabajo debe incluir como instrumento de gestión a la contabilidad gerencial, el 40% manifiesta estar totalmente de acuerdo, el 33.33% de acuerdo haciendo un total de 73.33%, sin embargo, el 6.67% muestra indecisión en contestar y el 20% está en

desacuerdo y totalmente en desacuerdo, situación debido al desconocimiento este tipo de contabilidad.

10. ¿Un buen plan para la empresa se refleja en los informes de contabilidad gerencial?

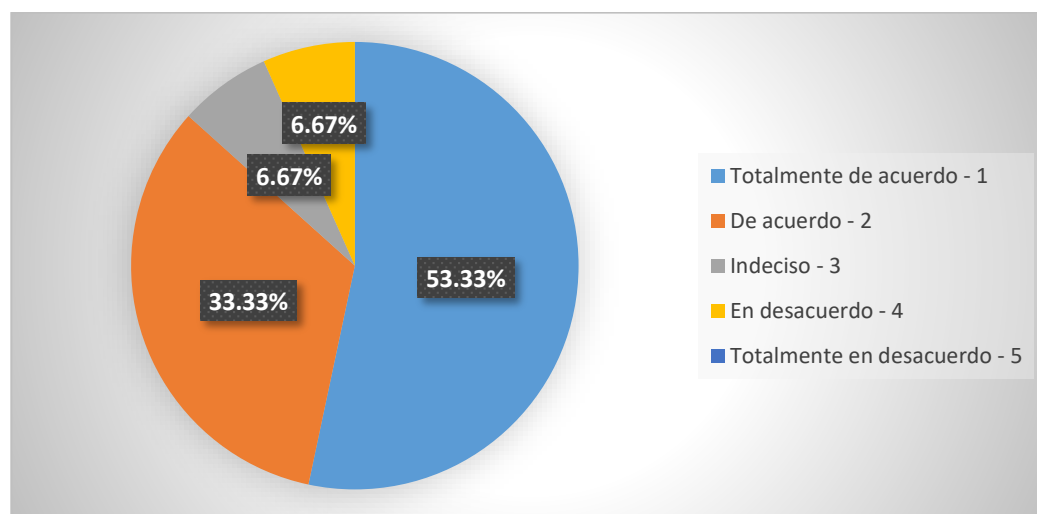
Tabla 15.

Un buen plan, se refleja en os informes de contabilidad gerencial

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	16	53.33	53.33
2	10	33.33	86.66
3	2	6.67	93.33
4	2	6.67	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Figura 10.

Un buen plan, se refleja en os informes de contabilidad gerencial



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial

Interpretación:

Del total de personal encuestado el 53.33% está totalmente de acuerdo que una buena planificación se revela en la calidad de informe que realiza la contabilidad gerencial, el 33.33% sostiene estar de acuerdo, lo que hace una mayoría de 86.66% de acuerdo, mientras que el 6.67% está indeciso y

el 6.67% restante está en desacuerdo, por considerarlo acciones de algún modo independientes.

11. ¿Actualmente existe suficiente conocimiento sobre contabilidad gerencial, como para aplicarlo en la empresa?

Tabla 16.

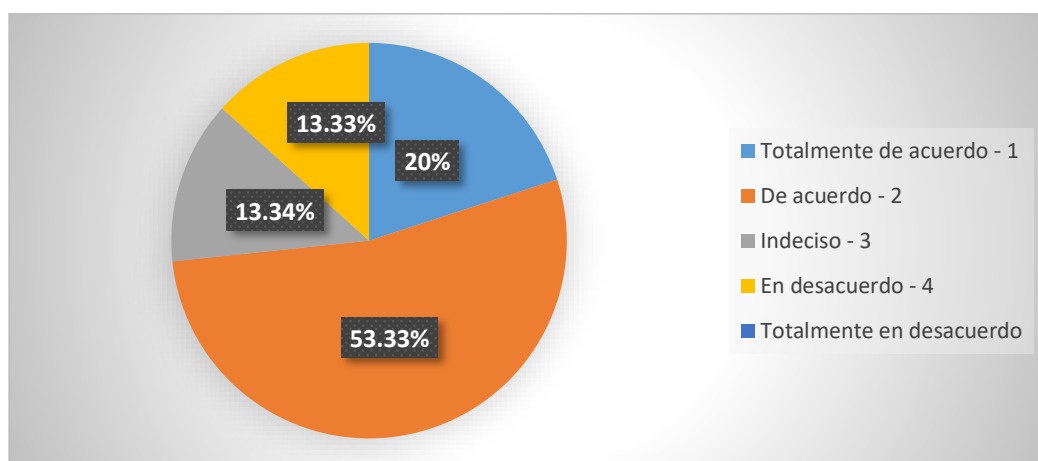
Existe suficiente conocimiento en CG, para aplicarlo en la empresa

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	6	20.00	20
2	16	53.33	73.33
3	4	13.34	86.67
4	4	13.33	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial Anexo 6

Figura 11.

Existe suficiente conocimiento en CG, para aplicarlo en la empresa



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial Anexo 6

Interpretación:

Del total de trabajadores encuestados, al preguntarle si actualmente cree que existe suficiente conocimiento sobre contabilidad gerencial como para aplicarlo en la empresa el 20% consideró estar totalmente de acuerdo y el

53.33% indica estar de acuerdo, haciendo un total de 73.33% con opinión favorable, mientras que el 13.34% muestra su indecisión y 13.33% restante considera no estar de acuerdo, por ser una herramienta de gestión poco difundida y por tanto no tan confiable.

12. ¿Una buena toma de decisiones permite lograr los objetivos planteados en la empresa?

Tabla 17.

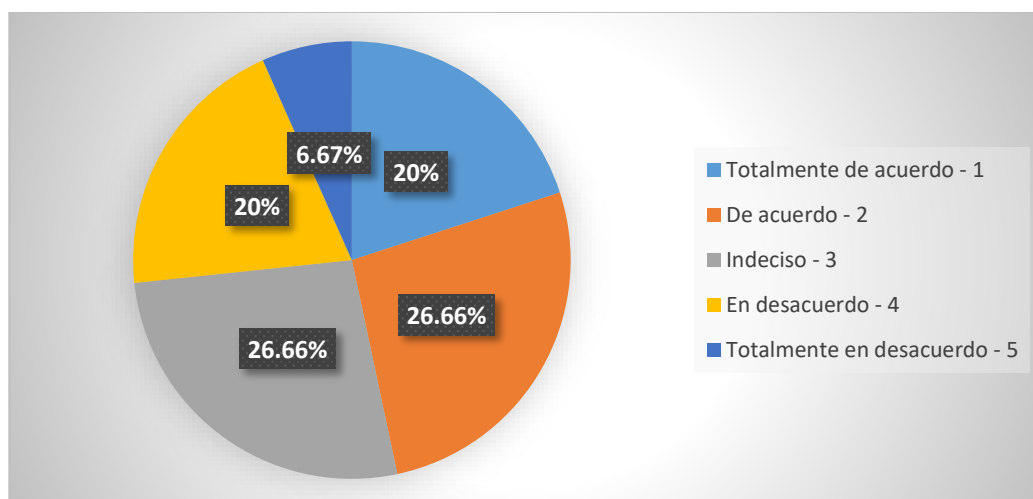
La buena toma de decisiones para lograr los objetivos en la empresa

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	6	20.00	20.00
2	8	26.66	46.66
3	8	26.66	73.32
4	6	20.00	93.32
5	2	6.67	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial, Anexo 6

Figura 12.

La buena toma de decisiones para lograr los objetivos en la empresa



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial, Anexo 6

Interpretación:

Se puede observar de la tabla de frecuencias y gráfico correspondiente que el 20% está totalmente de acuerdo cuando se indica que una buena toma de decisiones en una empresa permite lograr los objetivos de la misma, el 26.66% dice estar de acuerdo, el otro 26.66% manifiesta estar indeciso y no poder dar una opinión racional, pero sí que el 20% esté en desacuerdo y el 6.67% en total desacuerdo lo que indica un 26.67% con opinión en contra de esta afirmación.

13. ¿A nivel organizacional, una deficiente toma de decisiones genera dificultades operativas y económicas en la empresa

Tabla 18.

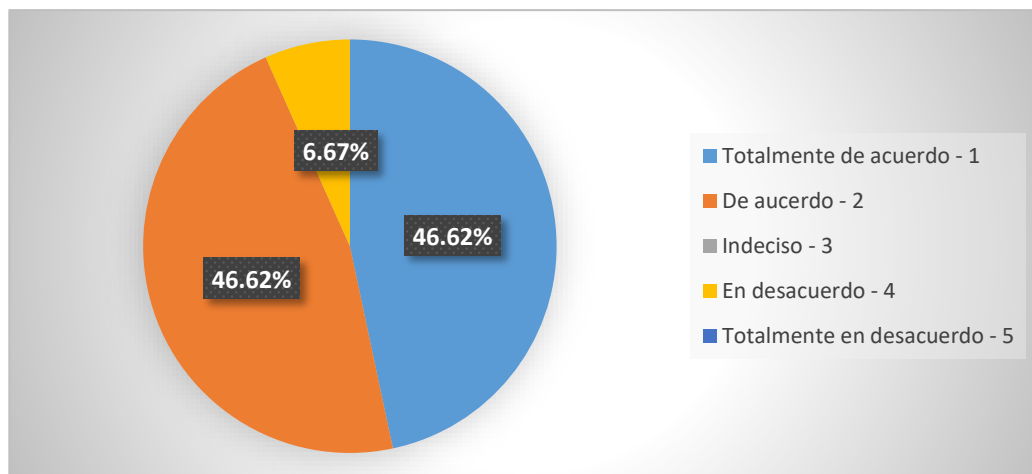
Una deficiente toma de decisiones genera dificultades operativas y económicas en la empresa

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	14	46.62	46.62
2	14	46.62	93.24
3	0	0.00	93.24
4	2	6.67	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 13.

Una deficiente toma de decisiones genera dificultades operativas y económicas en la empresa



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

La tabla y gráfico de frecuencias nos muestra que el 46.62% está totalmente de acuerdo con la afirmación, el 46.62% está de acuerdo, el 6.67% está en desacuerdo, es decir que hay una convicción casi general sobre el fondo de la afirmación (93.24%), es decir es casi unánime.

14. ¿Cuándo se realiza una toma de decisiones, una de las deficiencias respecto a la contabilidad gerencial que genera problemas a la empresa es el manejo de mala información?

Tabla 19.

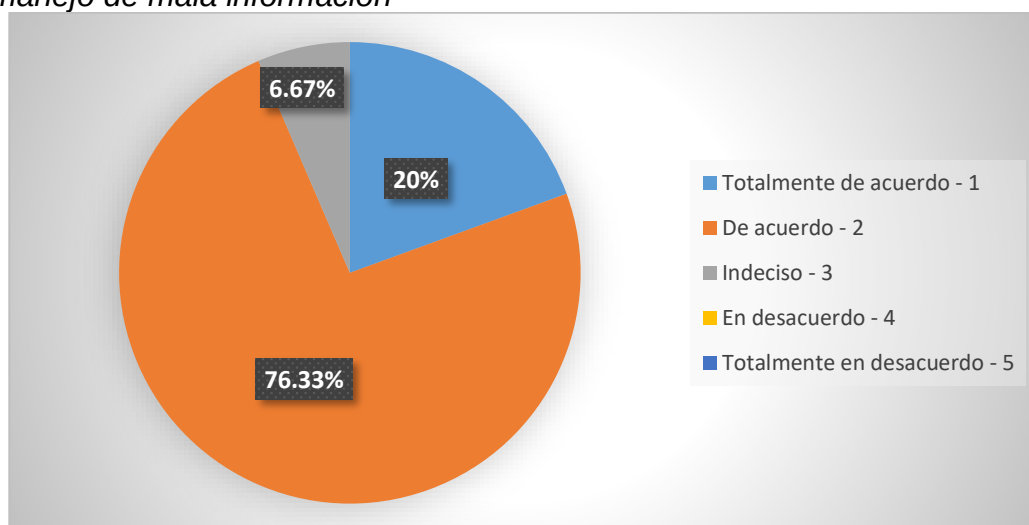
Las deficiencias respecto a la CG que genera problemas a la empresa es el manejo de mala información

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	6	20.00	20
2	22	76.23	96.24
3	2	6.67	100.00
4	0	0.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 14.

Las deficiencias respecto a la CG que genera problemas a la empresa es el manejo de mala información



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

La tabla de frecuencias y gráfico, muestra que el 20% está en total acuerdo, el 76.33% considera estar de acuerdo y el 6.67% muestra inseguridad en respuesta tal vez porque considera que la contabilidad gerencial selecciona la información para ser puesta al servicio de la toma de decisiones.

15. ¿Los ejecutivos con los mismos capaces de llevar a cabo la gestión de una empresa para lograr los objetivos propuestos?

Tabla 20.

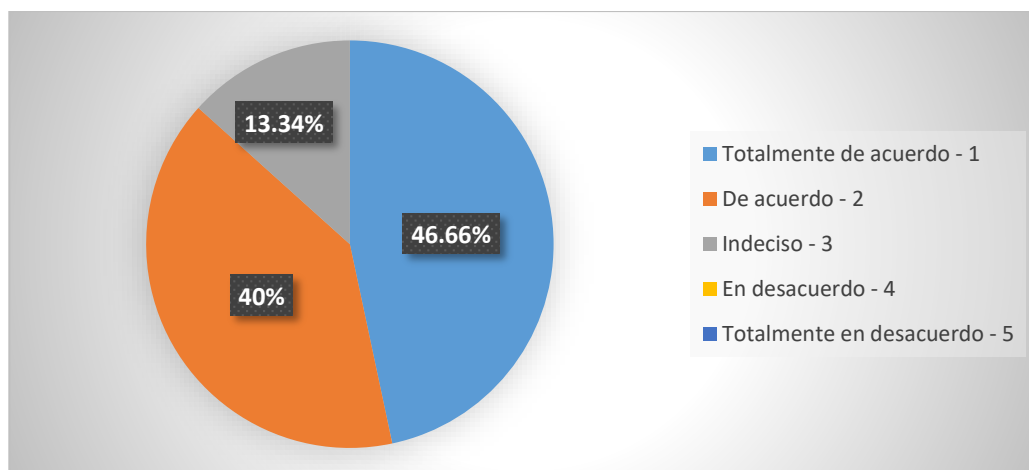
Los ejecutivos con los mismos capaces de llevar a cabo la gestión de una empresa para lograr los objetivos propuestos

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	14	46.66	46.66
2	12	40.00	86.66
3	4	13.34	100.00
4	0	0.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 15.

Los ejecutivos con los mismos capaces de llevar a cabo la gestión de una empresa para lograr los objetivos propuestos



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

Se puede observar en la tabla y gráfico respectivo que el 46.66% en total acuerdo que solo los directivos pueden gestionar la empresa y conducirlo al logro de los objetivos propuestos, el 40% sostiene estar de acuerdo y tan solo el 13.34% está indeciso, es decir que en amplia mayoría se considera que la empresa para tener éxito tiene que ser gestionada por los directivos en quienes recae la responsabilidad de lograr los objetivos planteados.

16. ¿El control en la contabilidad gerencial se usa para tomar decisiones en una empresa?

Tabla 21.

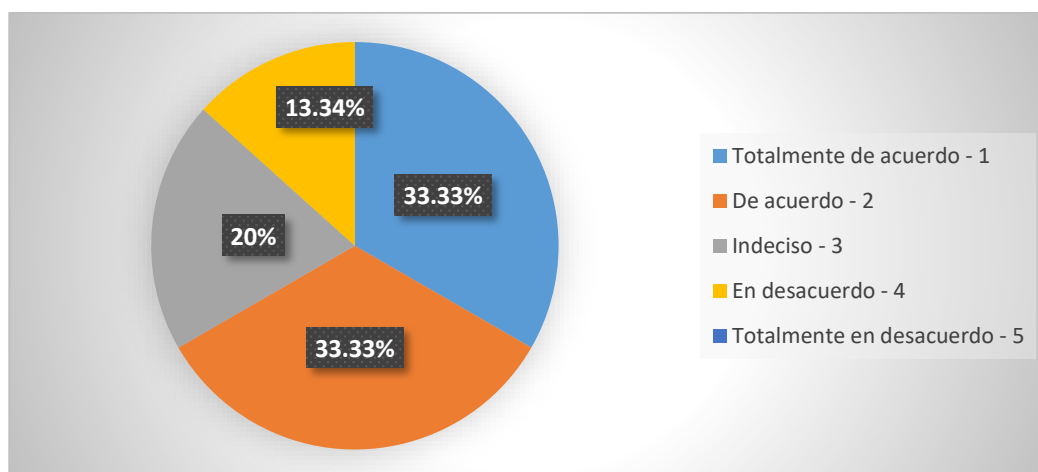
El control en la CG se usa para tomar decisiones en una empresa

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	10	33.33	33.33
2	10	33.33	66.66
3	6	20.00	86.66
4	4	13.34	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 16.

El control en la CG se usa para tomar decisiones en una empresa



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

Del total de encuestados, el 33.33% está en total acuerdo y el 33.33% de acuerdo respecto al uso del control que realice la contabilidad gerencial en una empresa, el 20% muestra indecisión en su respuesta, y el 13.34% no está de acuerdo.

17. ¿Es muy importante el uso del control en la contabilidad gerencial respecto a la toma de decisiones en una empresa?

Tabla 22.

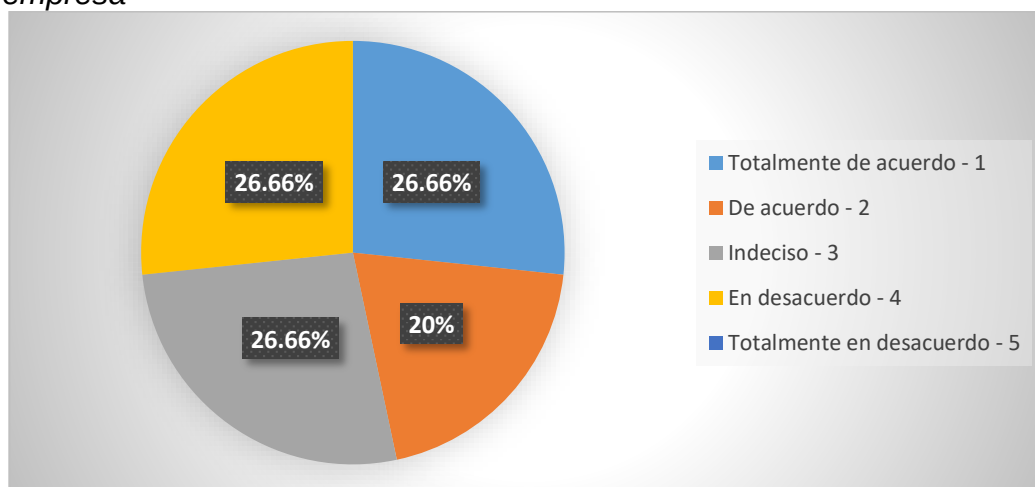
Es importante el uso del control en la CG respecto a la toma de decisiones en una empresa

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	8	26.66	26.66
2	6	20.00	46.66
3	8	26.66	73.32
4	8	26.66	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 17.

Es importante el uso del control en la CG respecto a la toma de decisiones en una empresa



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

De la tabla de frecuencias y gráfico se deduce que para el 26.66% de encuestados considera estar totalmente de acuerdo, el 20% está de acuerdo, el 26.66% está indeciso y el 26.66% no está de acuerdo, pues considera que es un tema no muy difundido en el quehacer empresarial y que se sienten más seguros en la información financiera que brindan los estados financieros.

18. ¿Está de acuerdo como se aplican las acciones de la contabilidad gerencial en la empresa?

Tabla 23.

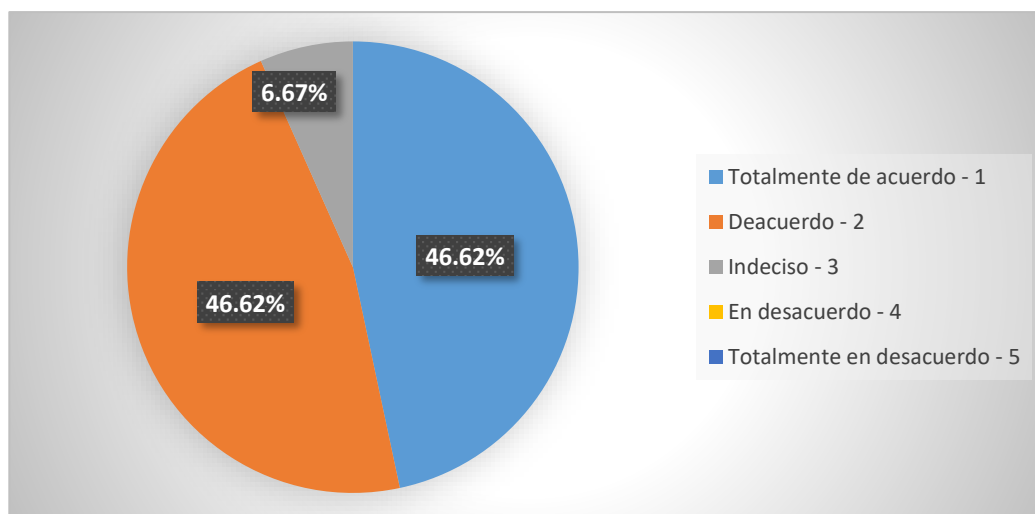
De acuerdo como se aplican las acciones de la CG. en la empresa

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	14	46.62	46.62
2	14	46.62	93.24
3	2	6.67	100.00
4	0	0.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 18.

De acuerdo como se aplican las acciones de la CG. en la empresa



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

En la tabla y gráfico se observa que el 46.62% está en total acuerdo de cómo se aplican las acciones de contabilidad gerencial en la empresa, el 46.62% está simplemente de acuerdo, mientras que el 6.67% restante muestra estar dubitativo en su respuesta, resultado que fortalece la idea que el personal tiene idea de lo que se trata en la contabilidad gerencial.

19. ¿La coordinación con la contabilidad gerencial incide en la toma de decisiones en la empresa?

Tabla 24.

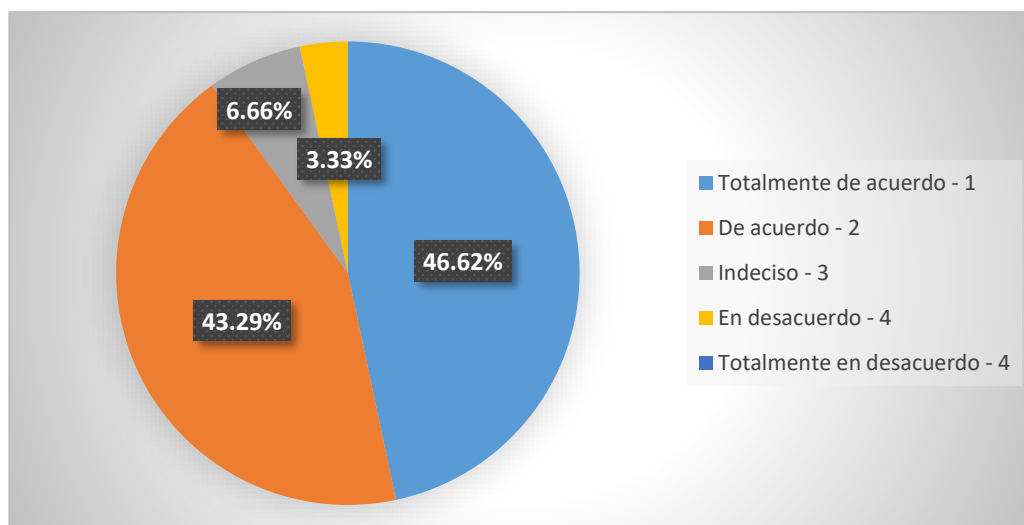
La coordinación con la CG incide en la toma de decisiones en la empresa

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	14	46.62	46.62
2	13	43.29	89.91
3	2	6.66	96.57
4	1	3.33	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 19.

La coordinación con la CG incide en la toma de decisiones en la empresa



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

Del total de encuestados, el 46.62% considera total acuerdo, el 43.29% estar de acuerdo, situación que constituye una mayoría favorable de 89.61%, mientras que el 9.99% está indecisa y en contra en forma conjunta.

20. ¿Para tomar decisiones correctivas en la empresa la contabilidad gerencial, se debe tomar en cuenta experiencias pasadas en ella?

Tabla 25.

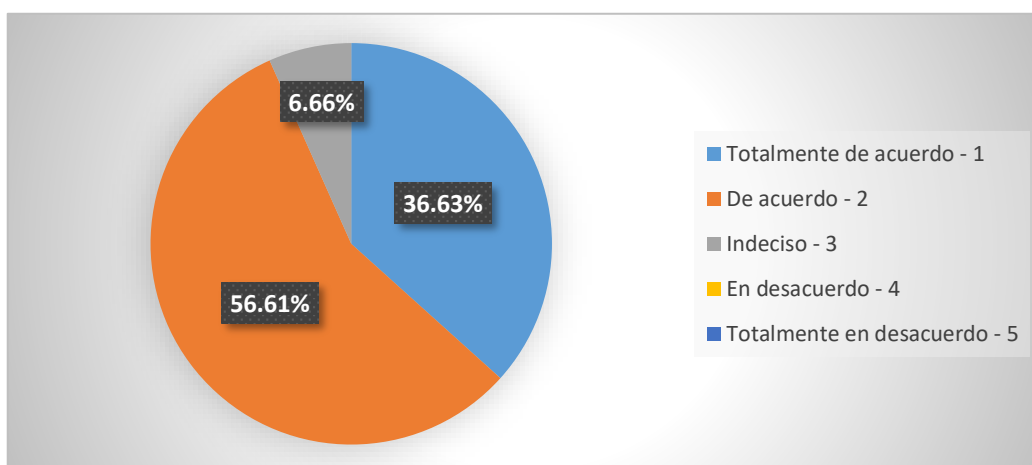
Tomar decisiones correctivas en la empresa la contabilidad gerencial, se debe tomar en cuenta experiencias pasadas en ella

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	11	36.63	36.63
2	17	56.61	93.24
3	2	6.66	100.00
4	0	0.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 20.

Tomar decisiones correctivas en la empresa la contabilidad gerencial, se debe tomar en cuenta experiencias pasadas en ella



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6
Interpretación:

Del personal encuestado, el 36.63% manifiesta total acuerdo, el 56.61% estar de acuerdo y el 6.66% está inseguro en su respuesta, resultado razonable, teniendo en cuenta que la experiencia vivida en la gestión de una empresa, genera enseñanzas que deberían tomarse en cuenta.

21. ¿La contabilidad gerencial puede contribuir con la mejora de la gestión en la empresa?

Tabla 26.

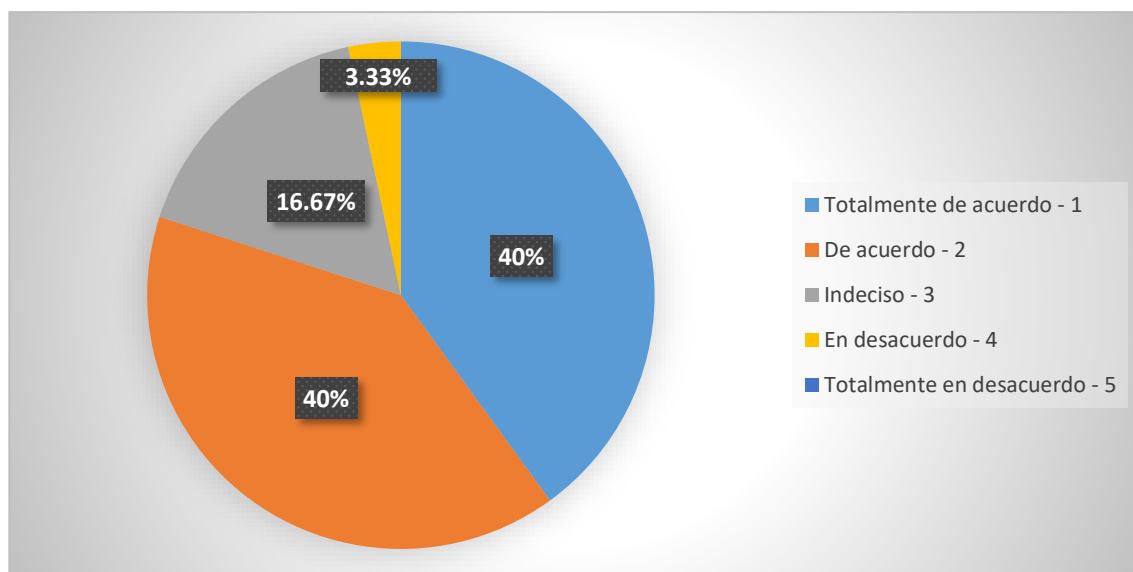
La CG, puede contribuir con la mejora de la gestión en la empresa

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	12	40.00	40.00
2	12	40.00	80.00
3	5	16.67	96.67
4	1	3.33	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 21.

La CG, puede contribuir con la mejora de la gestión en la empresa



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

Sobre la pregunta, el 40% considera un total acuerdo, el 40% está de acuerdo, el 16.67% está indeciso en su respuesta y solo el 3.33% no está de acuerdo, resultado que confirma una mayoría de 80% y tal vez más de la confianza en la contabilidad gerencial.

22. ¿Con la mejora en la práctica de costos y gastos financieros, se mejora la gestión de la empresa?

Tabla 27.

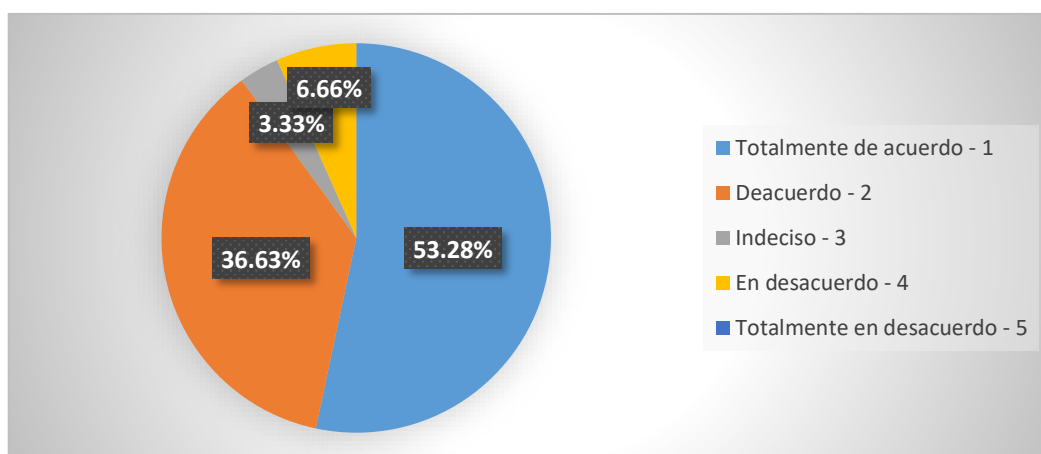
Con la mejora en la práctica de costos y gastos financieros, se mejora la gestión de la empresa

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	16	53.28	53.28
2	11	36.63	89.91
3	1	3.33	93.24
4	2	6.66	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 22.

Con la mejora en la práctica de costos y gastos financieros, se mejora la gestión de la empresa



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

Del total de personal encuestado, el 53.28% considera estar en total acuerdo, el 36.63% está de acuerdo, lo que hace evidente que, por tratarse de una empresa comercial, los costos y gastos deben minimizarse para poder ofertar mejores precios de productos, el 3.33% está indeciso y el 6.66% no está de acuerdo.

23. ¿Las nuevas técnicas y procedimientos de contabilidad gerencial favorecen los resultados de gestión en la empresa?

Tabla 28.

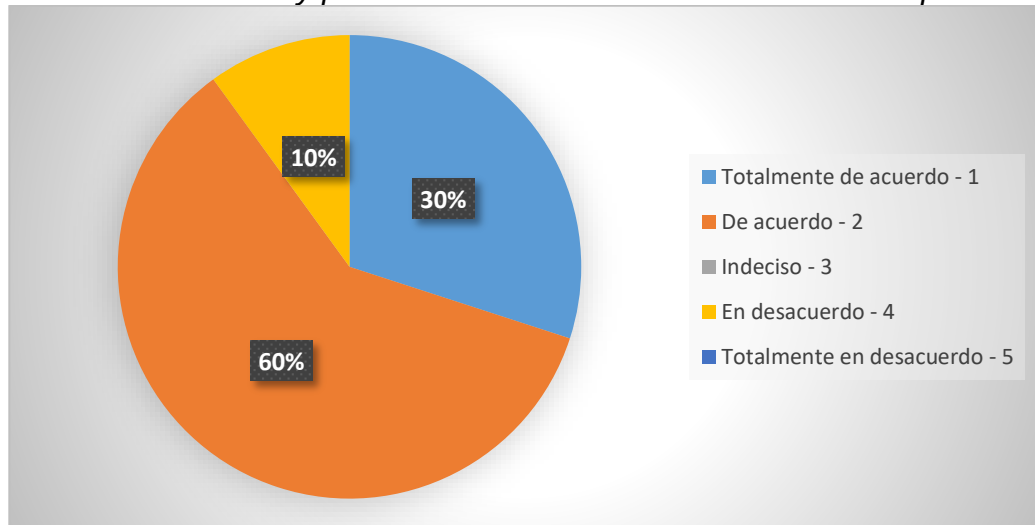
Las nuevas técnicas y procedimientos de CG favorecen en la empresa

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	9	30.00	30
2	18	60.00	90
3	0	0.00	90
4	3	10.00	100
5	0	0.00	100
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 23.

Las nuevas técnicas y procedimientos de CG favorecen en la empresa



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

Del total de personal entrevistado, el 30% está en total acuerdo, el 60% está de acuerdo y el 10% no está de acuerdo porque se trata de procedimientos y técnicas no muy difundidas y aceptadas en la empresa, mientras que la mayoría 90% tiene confianza en la metodología de la contabilidad gerencial.

24. ¿Actualmente en la empresa el personal está suficientemente capacitado en todo lo relacionado a la contabilidad gerencial, para poder obtener resultados beneficiosos para la empresa?

Tabla 29.

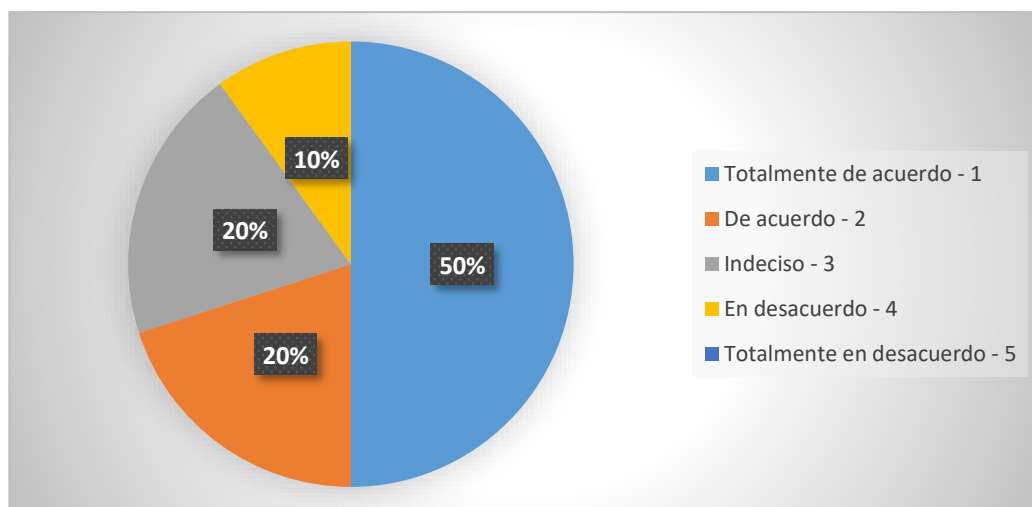
El personal está capacitado en todo lo relacionado a la CG

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	15	50.00	50.00
2	6	20.00	70.00
3	6	20.00	90.00
4	3	10.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial Anexo 6

Figura 24.

El personal está capacitado en todo lo relacionado a la CG



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

En la tabla de frecuencias y gráfico, se observa que el 50% de encuestados está en total acuerdo y tiene la convicción de que el personal de la empresa está suficientemente capacitado en temas de contabilidad gerencial y se puede obtener con esta práctica resultados favorables para la empresa, el 20% está de acuerdo, un 20% está indeciso, no tiene la seguridad que eso suceda y el 10% no está de acuerdo.

25. ¿En la empresa, la contabilidad gerencial debe ser llevada por personal especializado?

Tabla 30.

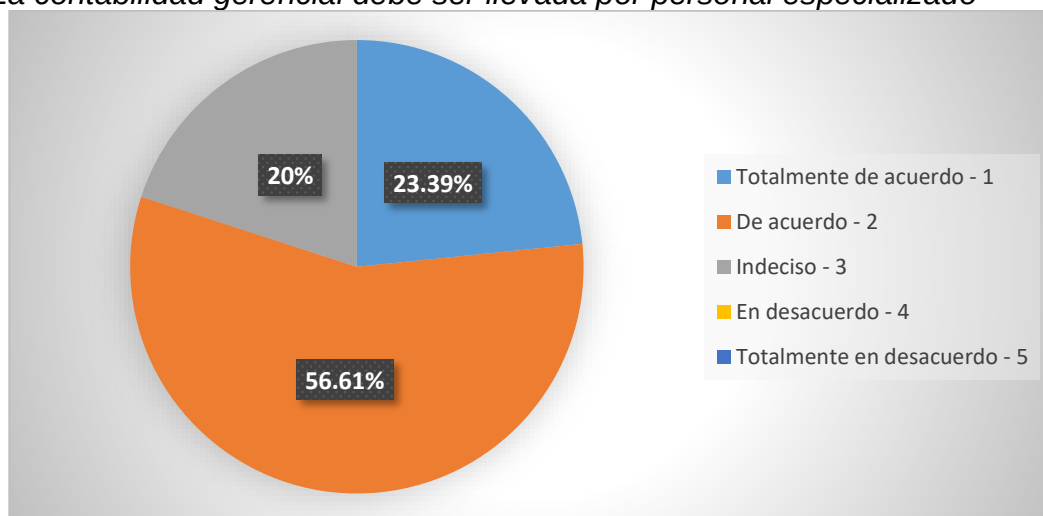
La contabilidad gerencial debe ser llevada por personal especializado

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	7	23.39	23.39
2	17	56.61	80.00
3	6	20.00	100.00
4	0	0.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 25.

La contabilidad gerencial debe ser llevada por personal especializado



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

A la pregunta realizada al personal entrevistado, el 23.39% considera estar totalmente de acuerdo, el 56.61% manifiesta su acuerdo y el 20% no se atreve a dar una respuesta específica, por lo que se deduce que la opinión es razonable en el sentido que la contabilidad gerencial es las empresas no es un tema muy utilizado.

26. ¿La gerencia de la empresa realice capacitaciones a fin de desarrollar mejor sus funciones?

Tabla 31.

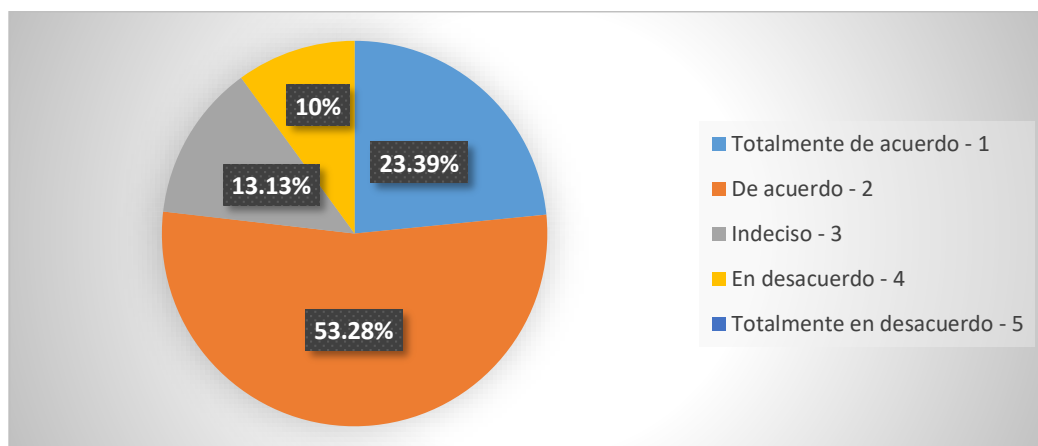
La gerencia de la empresa realice capacitaciones a fin de desarrollar mejor sus funciones

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	7	23.39	23.39
2	16	53.28	76.67
3	4	13.13	90.00
4	3	10.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 26.

La gerencia de la empresa realice capacitaciones a fin de desarrollar mejor sus funciones



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

Del cuadro y gráfico, respecto al ítem planteado, el 23.39% está en total acuerdo, el 53.28% está de acuerdo, el 13.13% está indeciso y el 10% no está de acuerdo, con que la gerencia realice capacitación es para mejorar la gestión en la empresa, deduciéndose que la mayoría 76.67% está de acuerdo, corroborando la concepción que tienen sobre la importancia de la contabilidad gerencial.

27. ¿La toma de decisiones en la empresa se base en la presentación de informes gerenciales?

Tabla 32.

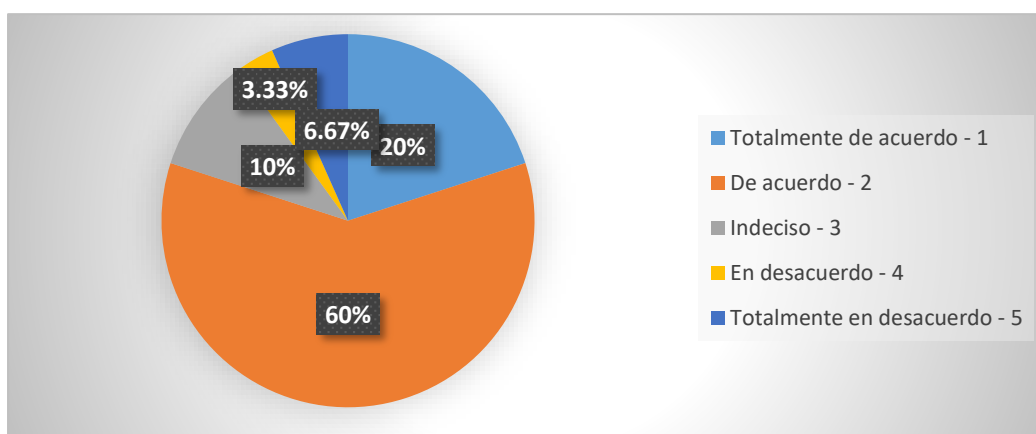
La toma de decisiones en la empresa se base en la presentación de informes gerenciales

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	6	20.00	20.00
2	18	60.00	80.00
3	3	10.00	90.00
4	1	3.33	93.33
5	2	6.67	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 27.

La toma de decisiones en la empresa se base en la presentación de informes gerenciales



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

Del total de personal entrevistado el 60% está de acuerdo y el 20% en total acuerdo el 10% no da respuesta específica y el 3.33% y 6.66% (10% restante) está en desacuerdo y los últimos en total desacuerdo, pues consideran que la toma de decisiones es trascendental en la gestión de la empresa y que debe basarse en datos reales y comparables basados en información de la contabilidad financiera.

28. ¿La contabilidad gerencial contribuye con la gestión de las ventas en la empresa comercializadora?

Tabla 33.

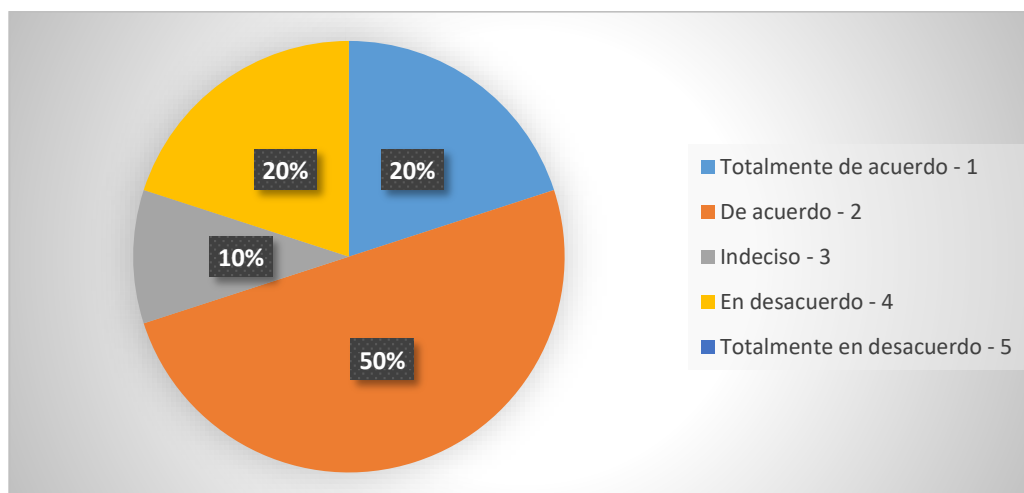
La CG contribuye con la gestión de las ventas en la empresa

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	6	20.00	20.00
2	15	50.00	70.00
3	3	10.00	80.00
4	6	20.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 28.

La CG contribuye con la gestión de las ventas en la empresa



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

Del total de personal entrevistado, se considera que la contabilidad gerencial, con sus técnicas y metodologías, contribuye con la gestión de ventas en la empresa el 20% considera su total acuerdo, el 50% simplemente su acuerdo, el 20% no da respuesta específica y el 10% no cree que se dé tal contribución.

29. ¿La información en ventas que se necesita para elaborar informes o reportes por la contabilidad gerencial debe ser visada escrupulosamente en la empresa?

Tabla 34.

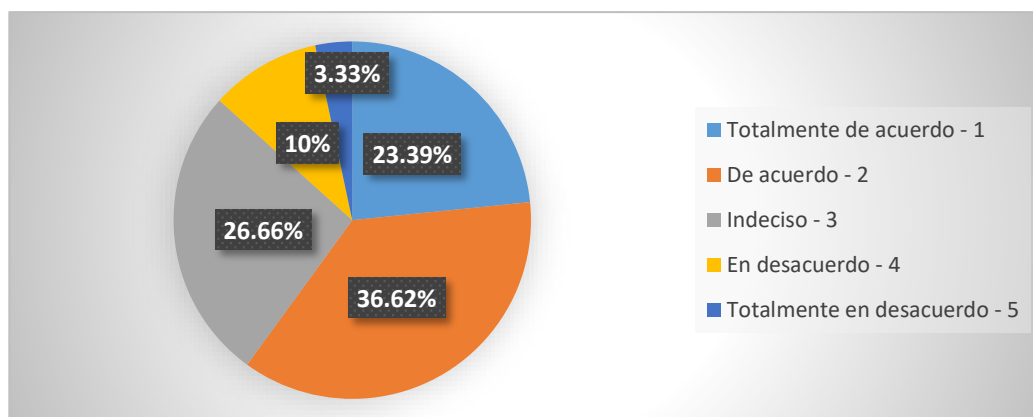
La información en ventas para informes o debe ser visada

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	7	23.39	23.39
2	11	36.62	60.00
3	8	26.66	86.66
4	3	10.00	96.66
5	1	3.33	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 29.

La información en ventas para informes o debe ser visada



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

A la pregunta de que si el entrevistado considera que la información en ventas para la elaboración de informes o reportes, debe ser escrupulosamente revisado, el 23.39% respondió con su total acuerdo el 36.62% está de acuerdo, pues estos informes o reportes donde posiblemente se base la toma de decisiones debe tener un nivel de confiabilidad alto, para no incurrir en errores que ocasione problemas en la gestión de la empresa, el 26.66% no tiene una respuesta precisa y el 13.33% considera no estar de acuerdo.

30. ¿Un mal manejo de la gestión en ventas, puede poner en riesgo la operatividad de la empresa?

Tabla 35.

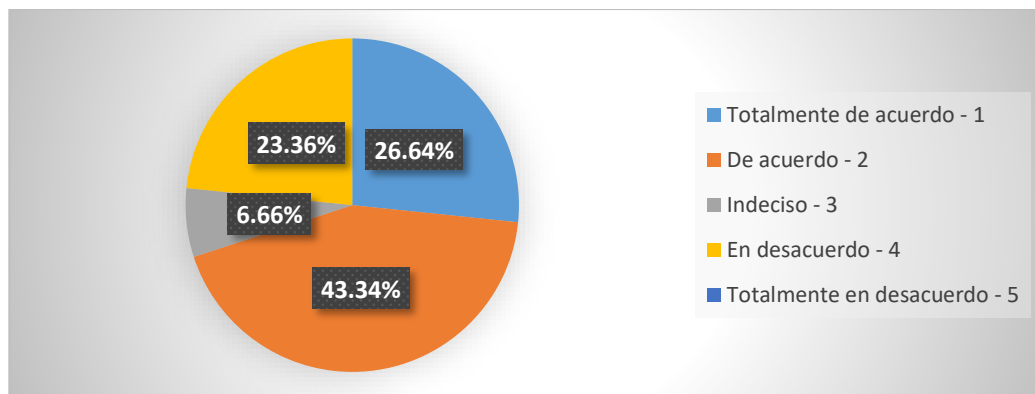
Un mal manejo de la gestión en ventas, puede poner en riesgo la operatividad de la empresa

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	8	26.64	26.64
2	13	43.34	69.98
3	2	6.66	76.64
4	7	23.36	100.00
5	0	0.00	
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Figura 30.

Un mal manejo de la gestión en ventas, puede poner en riesgo la operatividad de la empresa



Fuente: Base de datos – variable de contabilidad gerencial. Anexo 6

Interpretación:

Del personal de la empresa entrevistado, ante la pregunta, respondió: el 26.64% estar en total acuerdo, el 43.34% está de acuerdo, lo cual en forma conjunta constituye un 69.98%, respuesta que tiene sentido, pues la base fundamental de la empresa está en el proceso de ventas y una disminución de estas trae consigo las dificultades financieras que comprometerían la operatividad de la empresa, el 6.66% no da respuesta precisa y el 23.36% no está de acuerdo, sin explicación.

4.2.2. Gestión de Ventas

Dimensión: nivel de ventas

31. ¿Los procesos de ventas en la empresa, poseen atributos que aseguran posicionamiento?

Tabla 36.

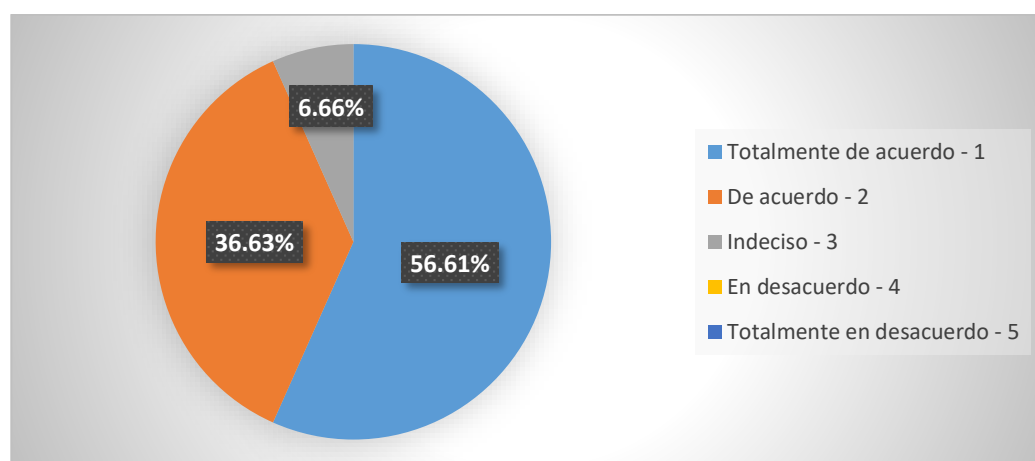
Los procesos de ventas en la empresa, aseguran posicionamiento

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	17	56.61	56.61
2	11	36.63	93.24
3	2	6.66	100.00
4	0	0.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Figura 31.

Los procesos de ventas en la empresa, aseguran posicionamiento



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Interpretación:

Del total de personal entrevistado, el 56.61% considera su total acuerdo, el 36.63% está de acuerdo, mientras que el 6.66% no tiene respuesta específica, es razonable que el tipo de negocios de la empresa, brinda atributos como calidad de producto, precios rebajados, promociones, calidad de servicio, etc.

32. ¿Los atributos de posicionamiento han permitido el incremento de las ventas en los últimos años

Tabla 37.

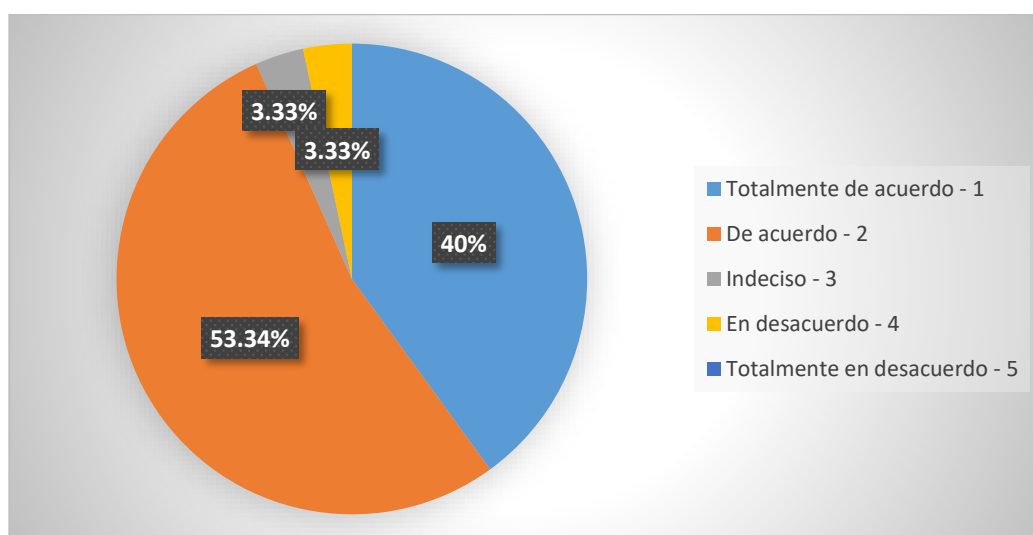
El posicionamiento incrementa las ventas en los últimos años

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	12	40.00	40.00
2	16	53.34	93.34
3	1	3.33	96.67
4	1	3.33	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Figura 32.

El posicionamiento incrementa las ventas en los últimos años



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Interpretación:

Al preguntar al personal entrevistado, el 40% consideró su total acuerdo, el 53.34% manifestó solamente estar de acuerdo, el 3.33% no tiene respuesta específica y el 3.33% indicó no estar de acuerdo con esa aseveración, respuestas razonables en el sentido que la población requiere mejores precios, buena atención, calidad de productos, salubridad, etc. que de alguna manera se encuentran en el tipo de negocios de supermercado.

33. ¿Los precios de los productos tienen que ver mucho en un negocio?

Tabla 38.

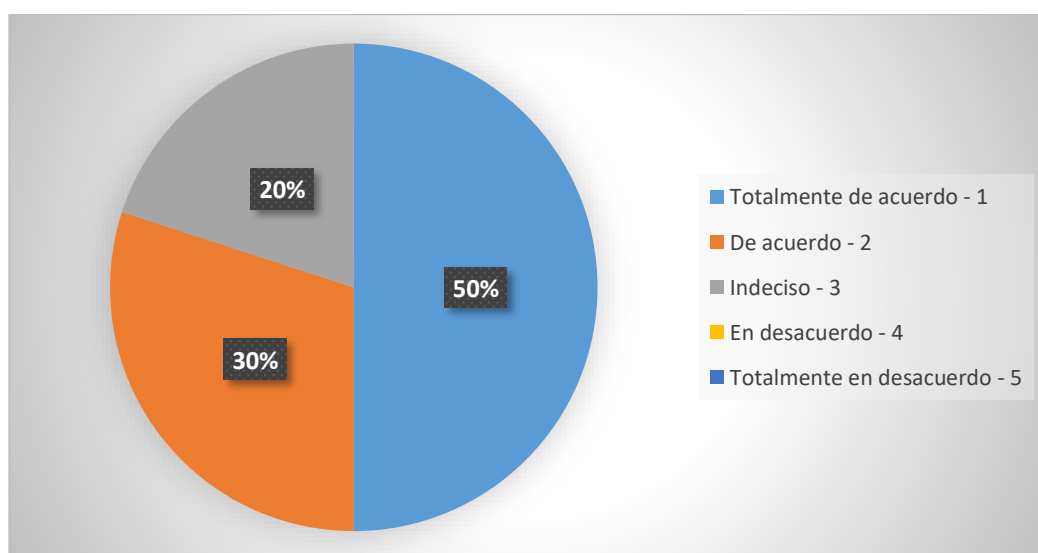
Los precios de los productos tienen que ver mucho en un negocio

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	15	50.00	50.00
2	9	30.00	80.00
3	6	20.00	100.00
4	0	0.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Figura 33.

Los precios de los productos tienen que ver mucho en un negocio



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Interpretación:

Consultados a los trabajadores entrevistados sobre su opinión si creen que el precio de los productos tienen que ver en un negocio, el 50% consideró su total acuerdo, el 30% simplemente estar de acuerdo y el 20% tenía dudas para dar una respuesta precisa, resultado coherente, pues lógicamente en la experiencia se encuentra que negocios exclusivos tienen precios exclusivos, así como también el ofertar precios cómodos y

manteniendo calidad de producto, marca la pauta para el éxito del negocio, además de otras situaciones ejemplares.

34. ¿Los precios que brinda la empresa están al alcance de la comunidad?

Tabla 39.

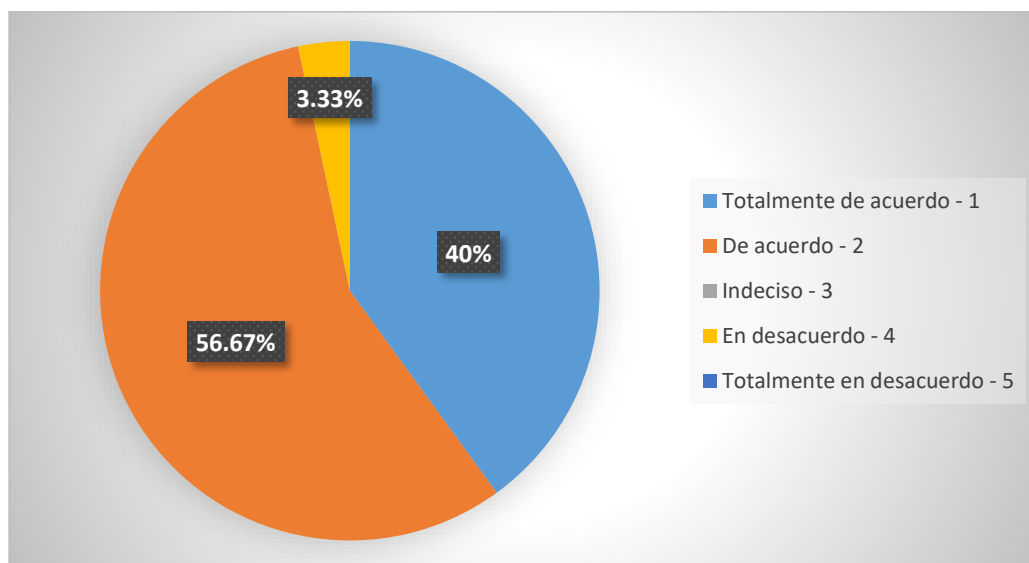
Los precios que brinda la empresa están al alcance de la comunidad

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	12	40.00	40.00
2	17	56.67	96.67
3	0	0.00	96.67
4	1	3.33	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Figura 34.

Los precios que brinda la empresa están al alcance de la comunidad



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Interpretación:

Del total de personal entrevistado, al preguntarle si considera que los precios que brinda la empresa están al alcance de la comunidad, el 40% contestó estar totalmente de acuerdo, el 56.67% simplemente de acuerdo,

es decir hay una opinión favorable a la política de precios de la empresa en opinión de los trabajadores de un 96.67%, mientras que solo el 3.33% manifiesta su desacuerdo.

35. ¿El nivel de precios repercute en el nivel de ventas en la empresa?

Tabla 40.

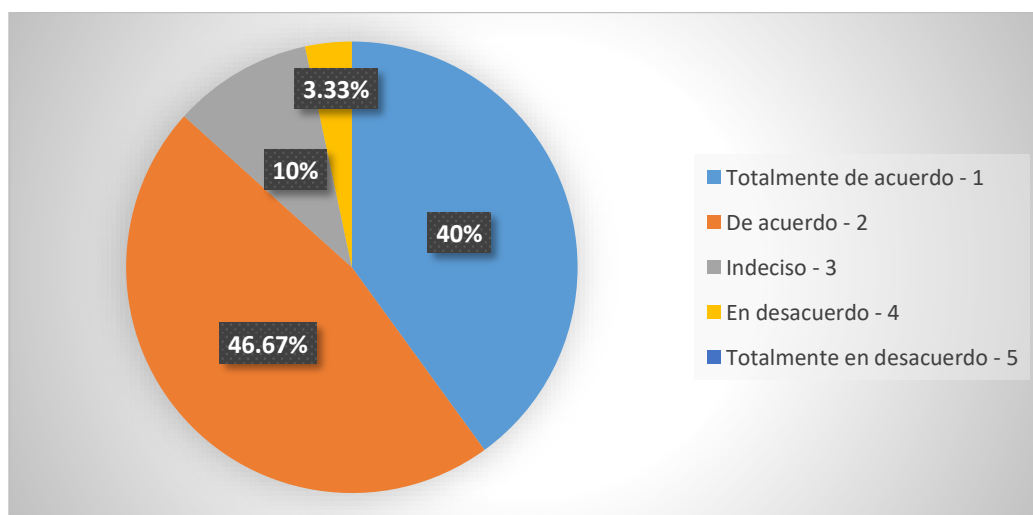
El nivel de precios repercute en el nivel de ventas en la empresa

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	12	40.00	40.00
2	14	46.67	86.67
3	3	10.00	96.67
4	1	3.33	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Figura 35.

El nivel de precios repercute en el nivel de ventas en la empresa



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Interpretación:

De la tabla de frecuencias y gráfico se observa que a la pregunta hecha a los entrevistados sobre su percepción que el nivel de precios repercute en el nivel de ventas en la empresa, el 40% consideró estar totalmente de

acuerdo, el 46.67% simplemente de acuerdo, el 10% no tiene una respuesta precisa y el 3.33% está en desacuerdo, con lo que se puede afirmar que en opinión de la mayoría 86.67%, si hay una repercusión del precio de los productos en el nivel de ventas.

36. ¿El incremento de las ventas, se da porque la empresa mantiene los precios bajos en comparación a los de otros establecimientos?

Tabla 41.

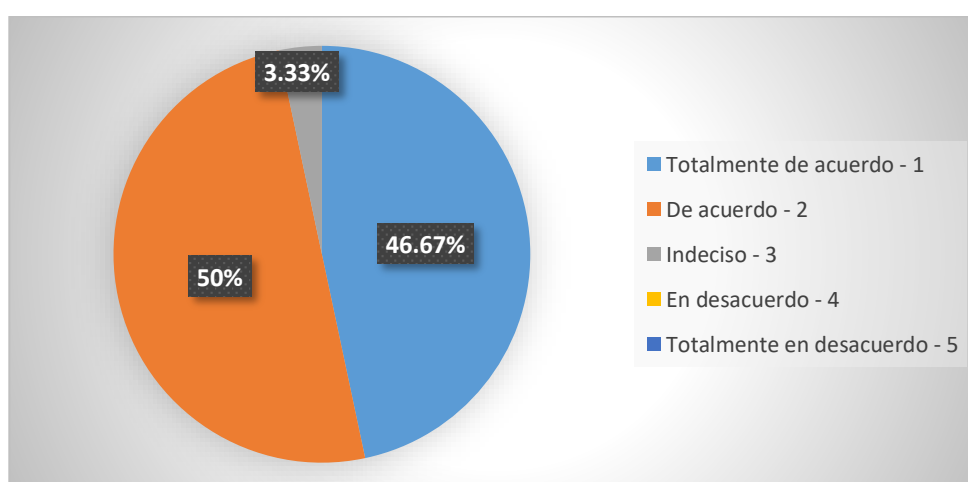
El incremento de las ventas, se da porque se mantiene los precios bajos en comparación a los de otros establecimientos

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	14	46.67	46.67
2	15	50.00	96.67
3	1	3.33	100.00
4	0	0.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Figura 36.

El incremento de las ventas, se da porque se mantiene los precios bajos en comparación a los de otros establecimientos



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Interpretación:

La tabla de frecuencias y gráfico, el 46.67% considera su total acuerdo, el 50% simplemente estar de acuerdo y solo el 3.33% no tiene una respuesta precisa, dando sentido a una cuestión racional y lógica que, a menor precio, mayor demanda.

37. ¿La empresa debe ofertar beneficios de descuentos para incrementar su nivel de ventas?

Tabla 42.

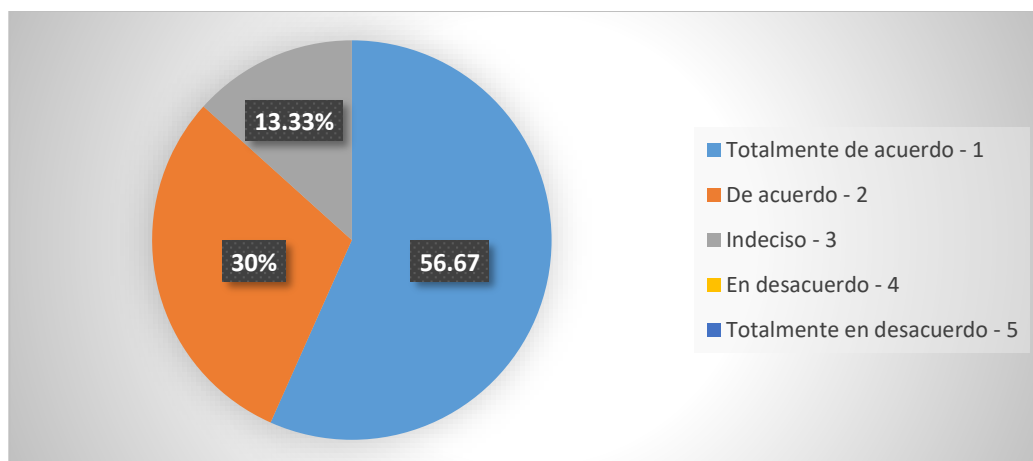
Se debe ofertar beneficios de descuentos para incrementar su nivel de ventas

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	17	56.67	56.67
2	9	30.00	86.67
3	4	13.33	100.00
4	0	0.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Figura 37.

Se debe ofertar beneficios de descuentos para incrementar su nivel de ventas



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Interpretación:

De la tabla de frecuencias y gráfico, a la pregunta: si cree que, para incrementar las ventas en la empresa, esta debería ofertar beneficios de descuentos, el 56.67% contestó estar totalmente de acuerdo, el 30% consideró estar de acuerdo y el 13.33% no se atrevió a dar una respuesta precisa, en consecuencia, a decir del trabajador en mayoría 86.67% se debe ofertar beneficios de descuentos.

38. ¿Para incrementar el nivel de ventas, la empresa debe invertir en publicidad escrita, radial o televisiva?

Tabla 43.

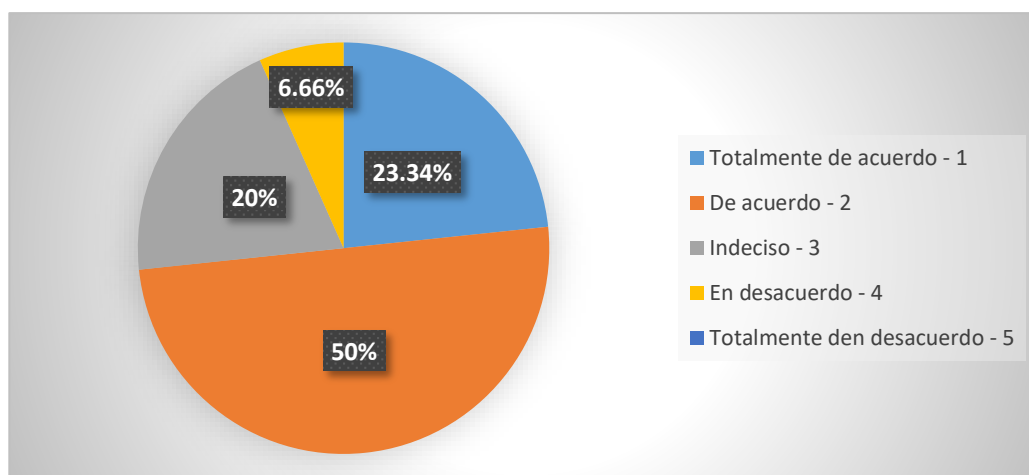
Para incrementar el nivel de ventas, ¿se debe invertir en publicidad escrita, radial o televisiva

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	7	23.34	23.34
2	15	50.00	73.74
3	6	20.00	93.74
4	2	6.66	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Figura 38.

Para incrementar el nivel de ventas, ¿se debe invertir en publicidad escrita, radial o televisiva



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Interpretación:

La tabla de frecuencias y gráfico, respondieron el 23.34% estar totalmente de acuerdo, el 50% está simplemente de acuerdo, el 20% no formuló respuesta ni afirmativa ni negativa y el 6.66% se declaró en desacuerdo, pero en resumen la mayoría 73.34% considera concordante con la lógica y la razón que esa inversión debe realizarse.

39. Si el nivel de ventas está relacionado con la localización donde se asienta la empresa ¿El local que ocupa actualmente la empresa es el apropiado?

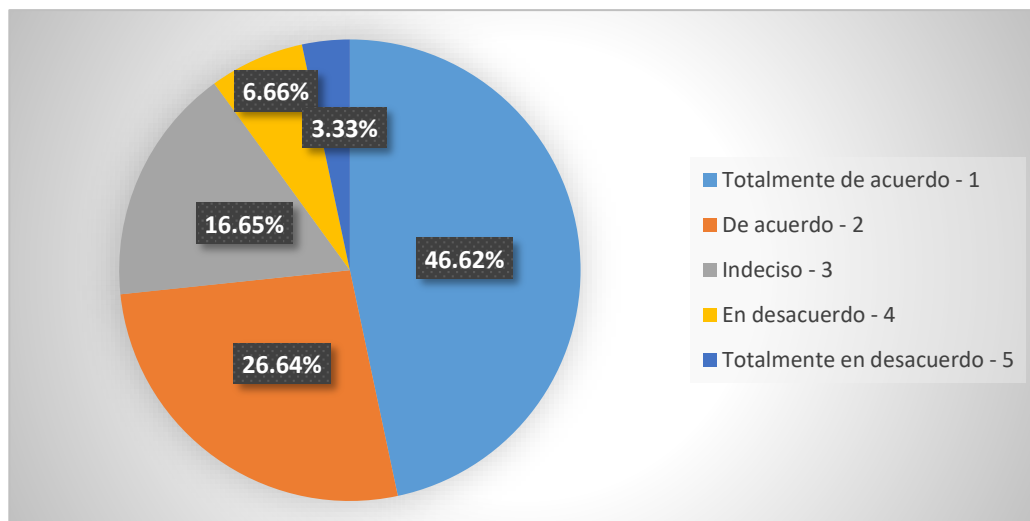
Tabla 44.

El local que ocupa actualmente la empresa es el apropiado

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	14	46.62	46.62
2	8	26.64	73.26
3	5	16.65	89.91
4	2	6.66	96.57
5	1	3.33	100.00
TOTAL	30	100.00	

Figura 39.

El local que ocupa actualmente la empresa es el apropiado



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Interpretación:

Consultado el personal, respecto a la ubicación de la empresa y si ésta es apropiada respondieron: el 46.62% que está totalmente de acuerdo, el 26.64% que está de acuerdo, el 16.65% no opinó, el 6.66% en desacuerdo y el 3.33% en total desacuerdo, información que hay que analizarlo pues la mayoría 73.26% considera apropiado y quienes opinan que no talvez lo hagan por conveniencia personal en cuanto a facilitar de traslado, entre otras razones.

40. ¿La empresa debe utilizar otras estrategias de ventas para incrementar el nivel de las mismas?

Tabla 45.

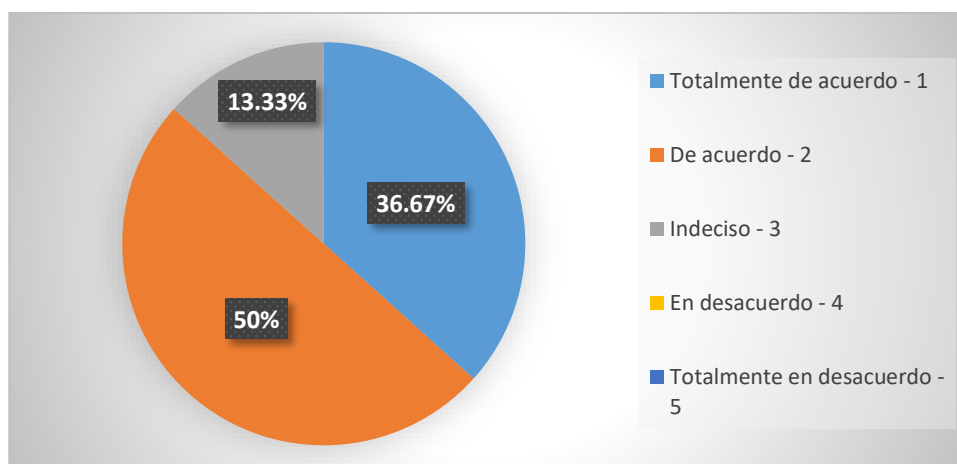
La empresa debe utilizar otras estrategias de ventas para incrementar el nivel de las mismas

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	11	36.67	36.67
2	15	50.00	86.67
3	4	13.33	100.00
4	0	0.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de venta. Anexo 6

Figura 40.

La empresa debe utilizar otras estrategias de ventas para incrementar el nivel de las mismas



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Interpretación:

Del total de personal entrevistado, a la pregunta si debería utilizar otras estrategias de ventas con el fin de incrementarlas, respondió: el 36.67% dijo estar totalmente de acuerdo, el 50% indicó estar de acuerdo y el 13.33% no ensayó respuesta alguna, resultado que de forma racional y por conocimiento el marketing se apoya en una serie de estrategitas para lograr el éxito en las ventas.

Dimensión: gastos operativos

41. ¿Los gastos que realiza la empresa son los adecuados por el tamaño de la misma?

Tabla 46.

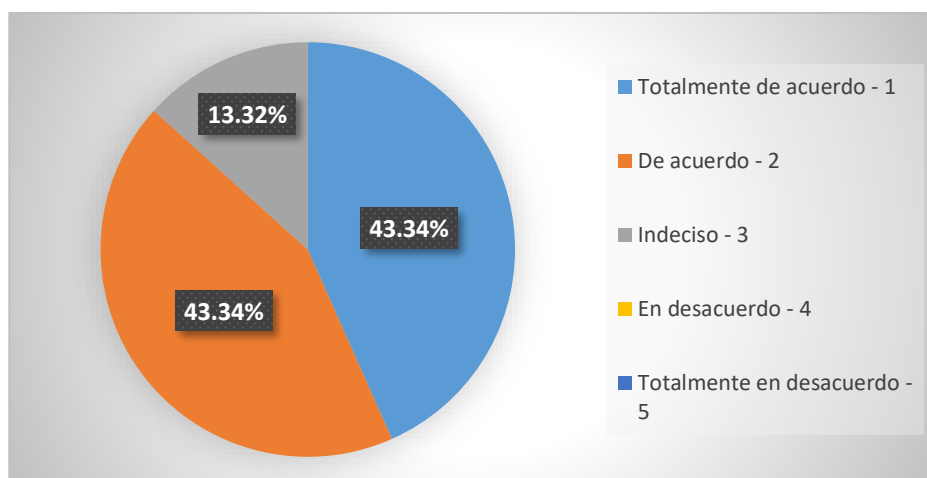
Los gastos en la empresa son los adecuados por el tamaño de la misma

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	13	43.34	43.34
2	13	43.34	86.68
3	4	13.32	100.00
4	0	0.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos- variable gestión de ventas. Anexo 6

Figura 41.

Los gastos en la empresa son los adecuados por el tamaño de la misma



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas

Interpretación:

La tabla y gráfico, muestra respecto a la pregunta a la pregunta, el 43.34% manifiesta su total acuerdo, el 43.34% está de acuerdo y el 13.32%, no dio una respuesta, los resultados, pareciera tener sentido pues el trabajo se efectúa en turnos, con áreas que requieran de más personal como cobradores, arreglo de mercadería, mantenimiento, estantería, etc.

42. ¿La atención de servicios básicos a las oficinas sean los adecuados para asegurar la operatividad de la empresa?

Tabla 47.

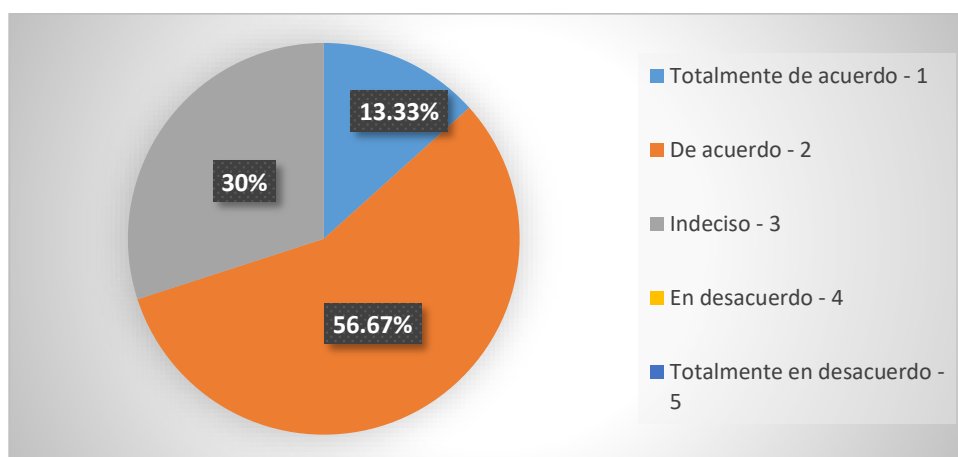
Servicios básicos adecuados para operatividad de la empresa

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	4	13.33	13.33
2	17	56.67	70.00
3	9	30.00	100.00
4	0	0.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Figura 42.

Servicios básicos adecuados para operatividad de la empresa



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Interpretación:

De la tabla y gráfico se observa que ante la pregunta de que si están de acuerdo con que la atención de servicios básicos a las oficinas sean los adecuados para asegurar la operatividad de la empresa, el 13.33% dijo estar totalmente de acuerdo, el 56.67% dijo estar de acuerdo y el 30% no manifestó su opinión al respecto, resultado que se justifica puesto que si bien es cierto se debe atender las oficinas con los servicios básicos, más no es prioritario en la empresa, por eso los defiende efusivamente dolo el 13.33%.

43. ¿Los gastos que la empresa realiza en ventas permiten tener una gestión efectiva y eficiente de sus recursos?

Tabla 48.

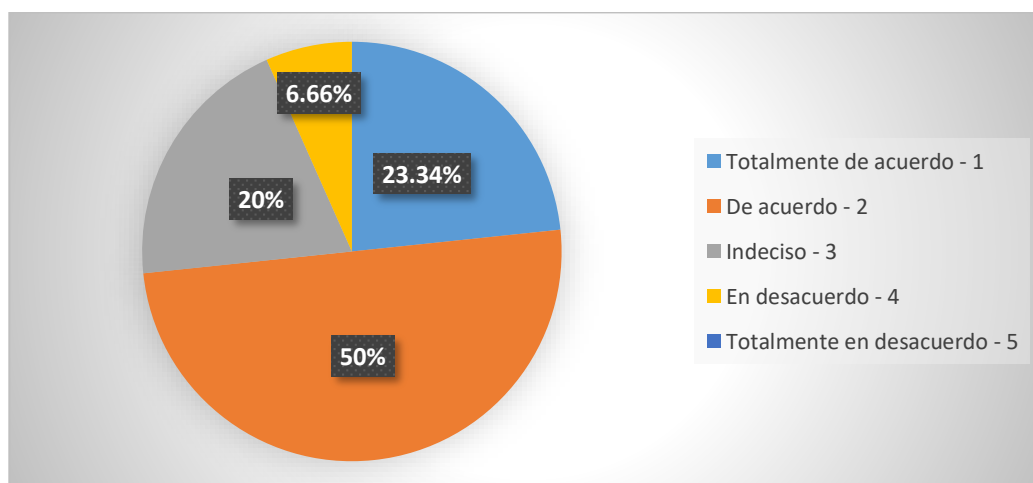
Los gastos en ventas permiten una gestión efectiva y eficiente de sus recursos

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	7	23.34	23.34
2	15	50.00	73.34
3	6	20.00	93.34
4	2	6.66	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Figura 43.

Los gastos en ventas permiten una gestión efectiva y eficiente de sus recursos



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Interpretación:

La tabla y gráfico muestra a la pregunta que, si los gastos de la empresa realizan en ventas, permiten una gestión efectiva y eficiente de sus recursos, ellos: el 23.34% está totalmente de acuerdo, el 50% manifiesta estar de acuerdo, el 20% no ensaya respuesta alguna y el 6.66% está en desacuerdo, respuestas que demuestran que en su mayoría 74.34%, considera justificado los gastos en ventas que realiza la empresa.

44. ¿El gasto en la gestión de mercaderías es el adecuado para el giro del negocio?

Tabla 49.

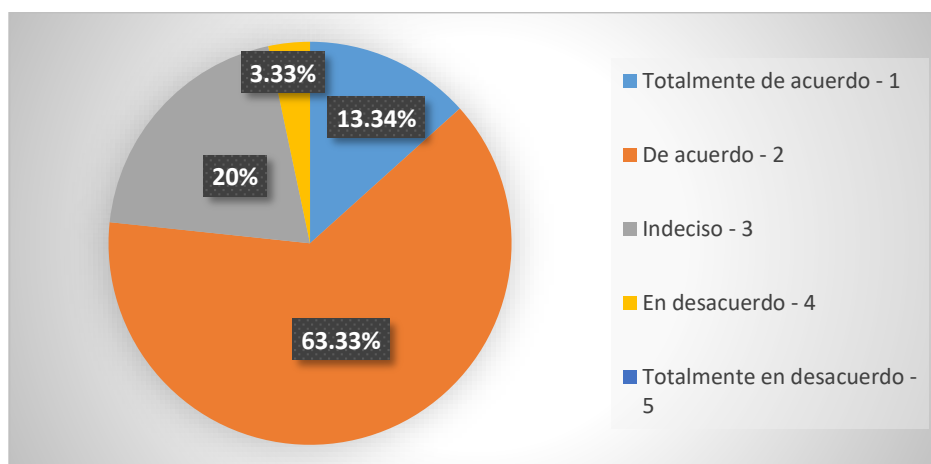
El gasto en la gestión de mercaderías es el adecuado para el giro del negocio

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	4	13.34	13.34
2	19	63.33	76.67
3	6	20.00	96.67
4	1	3.33	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Figura 44.

El gasto en la gestión de mercaderías es el adecuado para el giro del negocio



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Interpretación:

Del total de trabajadores entrevistados, preguntados por su opinión respecto a si consideran adecuado el gasto por gestión de mercaderías, el 13.34% considera un total acuerdo, el 63.33% está de acuerdo, el 20% no se pronuncia y el 3.33% muestra su desacuerdo, respuestas que indica una conformidad en mayoría (76.67%) con la gestión en mercadería que realiza la empresa.

45. ¿Se debe tomar en cuenta los gastos para la disminución de impuestos para la empresa?

Tabla 50.

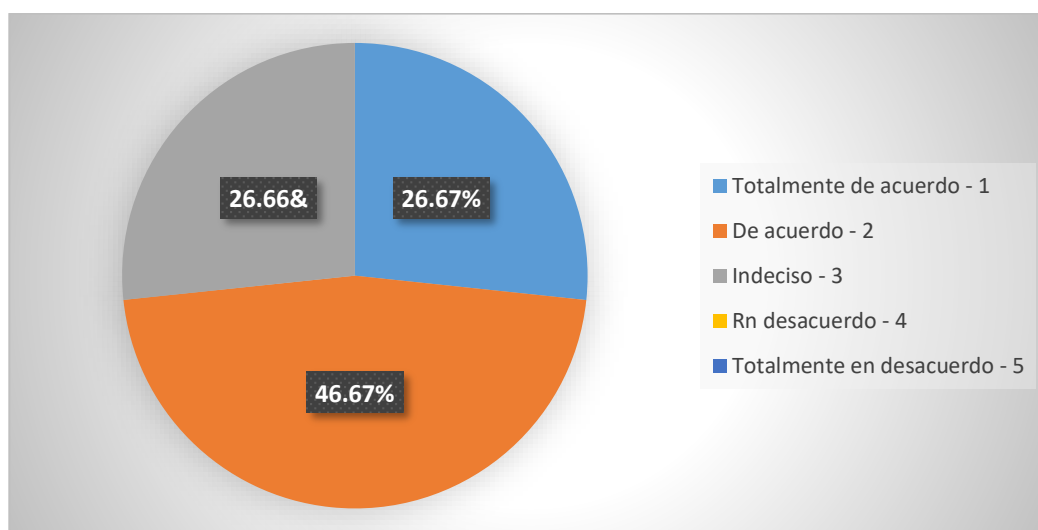
Se debe tomar en cuenta los gastos para disminuir los impuestos

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	8	26.67	26.67
2	14	46.67	73.34
3	8	26.66	100.00
4	0	0.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Figura 45.

Se debe tomar en cuenta los gastos para disminuir los impuestos



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Interpretación:

La tabla y gráfica, sobre la opinión acerca de tomar en cuenta los gastos que realiza la empresa, con el fin de disminuir los impuestos, el 26.67% está en total acuerdo, el 46.67% manifiesta estar de acuerdo y el 26.67% no responde sobre el tema por considerarlo que es aspecto de política tributaria de la empresa, además las respuestas tienen sentido racional, pues las normas tributarias, están establecidas y corresponden su ejecución según la normatividad vigente.

46. ¿Las operaciones que realiza la empresa hacen rentable la misma?

Tabla 51.

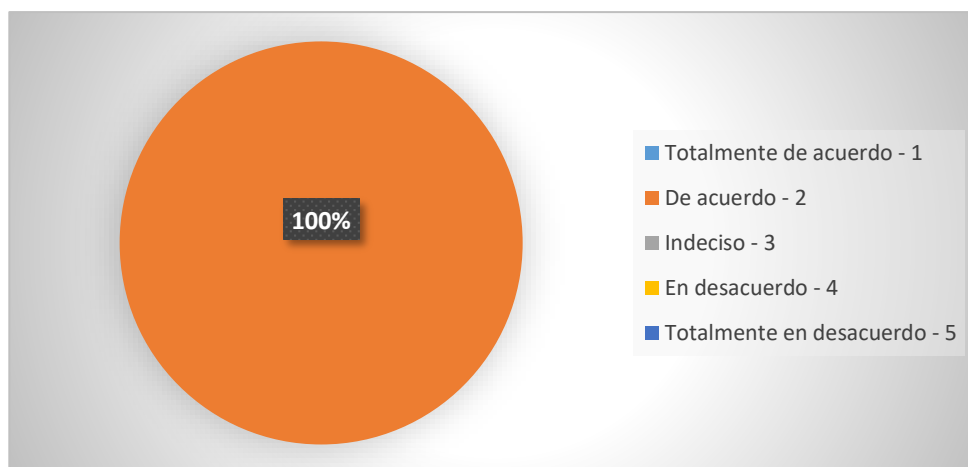
Las operaciones que realiza la empresa hacen rentable la misma

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	0	0	0
2	30	100	100
3	0	0	100
4	0	0	100
5	0	0	100
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas

Figura 46.

Las operaciones que realiza la empresa hacen rentable la misma



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas

Interpretación:

A la pregunta de que, si las operaciones que la empresa realiza respecto al giro del negocio, lo hacen rentable a la misma, los entrevistados, manifestaron en su totalidad al 100% estar de acuerdo con tal afirmación, con lo que se puede deducir que opinión de sus trabajadores se trata de una empresa exitosa.

47. ¿Las utilidades netas generadas deben reflejarse en mejoras para la empresa y sus colaboradores?

Tabla 52.

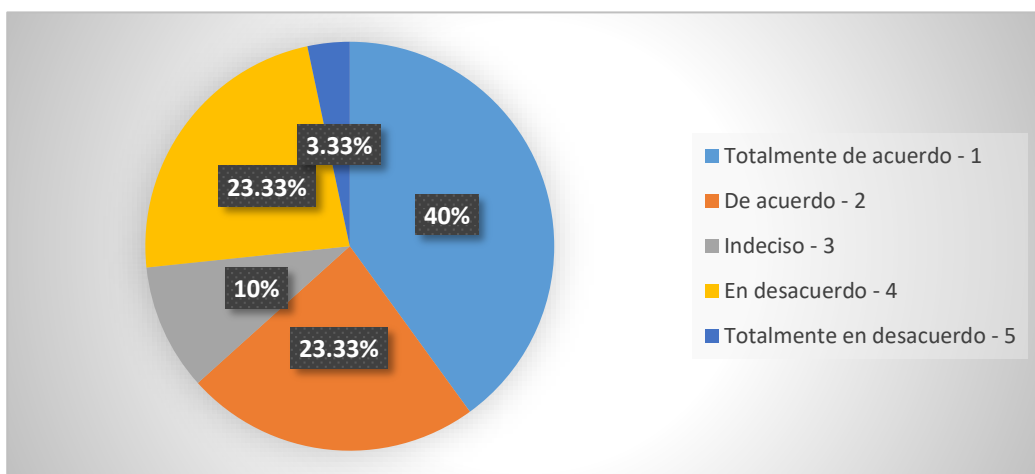
Las utilidades netas generadas deben reflejarse en mejoras para la empresa y sus colaboradores

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	12	40.00	40.00
2	7	23.33	63.33
3	3	10.00	73.33
4	7	23.33	96.66
5	1	3.33	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Figura 47.

Las utilidades netas generadas deben reflejarse en mejoras para la empresa y sus colaboradores



Interpretación:

La tabla y gráfico muestran como respuestas que, el 40% considera su total acuerdo, el 23.33% sostiene estar de acuerdo, el 10% no se decide a dar su opinión, el 23.33% está en desacuerdo y el 3.33% en total desacuerdo.

48. ¿Actualmente existe el flujo de efectivo y capacidad económica para solventar los gastos en la empresa?

Tabla 53.

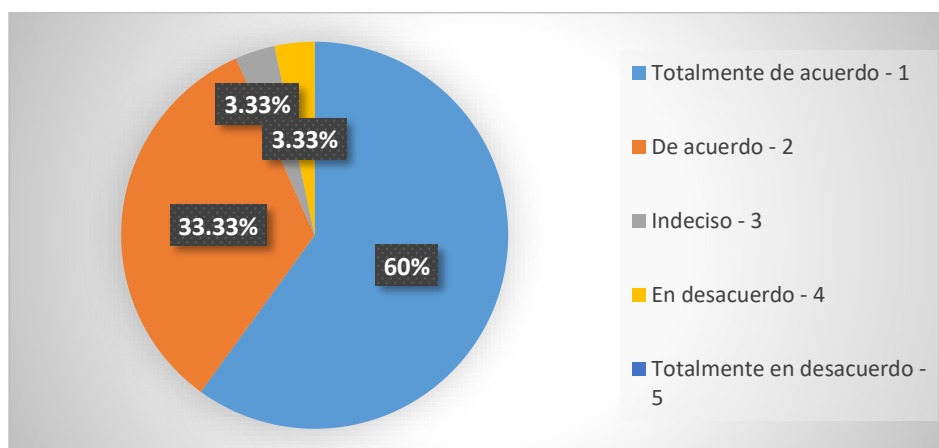
Existe el flujo de efectivo y capacidad económica para solventar los gastos en la empresa

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	18	60.00	60.00
2	10	33.33	93.33
3	1	3.33	6.66
4	1	3.33	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Figura 48.

Existe el flujo de efectivo y capacidad económica para solventar los gastos en la empresa



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Interpretación:

Se podría deducir que es una empresa rentable y por tanto con generación de una utilidad neta el 60% considera su total acuerdo, el 33.33% simplemente de acuerdo, el 3.33% no expresa su opinión y el 3.33% restante muestra su disconformidad.

49. ¿En la empresa, si se ajusta el presupuesto de operaciones en áreas críticas del negocio, mejora su utilidad neta?

Tabla 54.

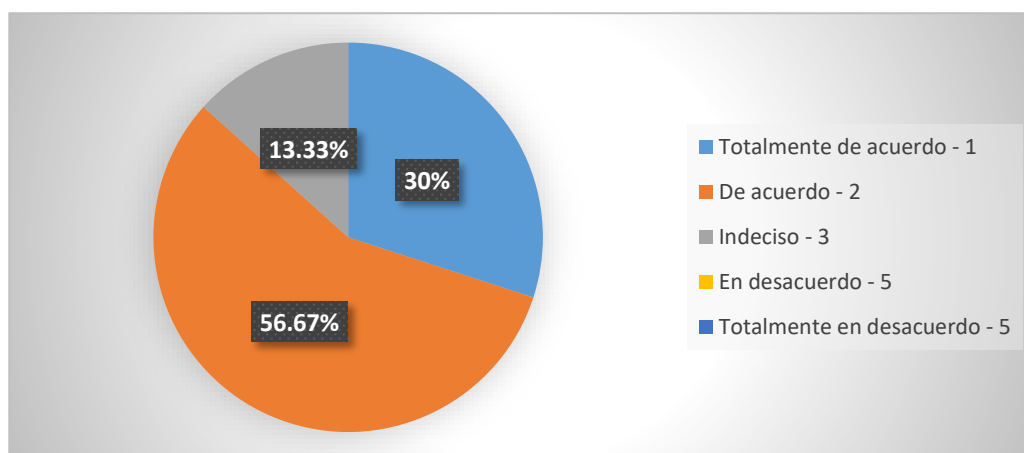
Si se ajusta el presupuesto de operaciones en áreas críticas del negocio, mejora su utilidad neta

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	9	30.00	30.00
2	17	56.67	86.67
3	4	13.33	100.00
4	0	0.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Figura 49.

Si se ajusta el presupuesto de operaciones en áreas críticas del negocio, mejora su utilidad neta



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Interpretación:

La tabla y el gráfico muestran que el 30% de entrevistados está totalmente de acuerdo y el 56.67% indica estar simplemente de acuerdo con la afirmación de que, si hay una reducción en gastos de operaciones en el presupuesto de la empresa, mientras que un 13.33% no emitió su opinión.

50. ¿La utilidad neta en la empresa en comparación con el año pasado ha aumentado o al menos se ha mantenido?

Tabla 55.

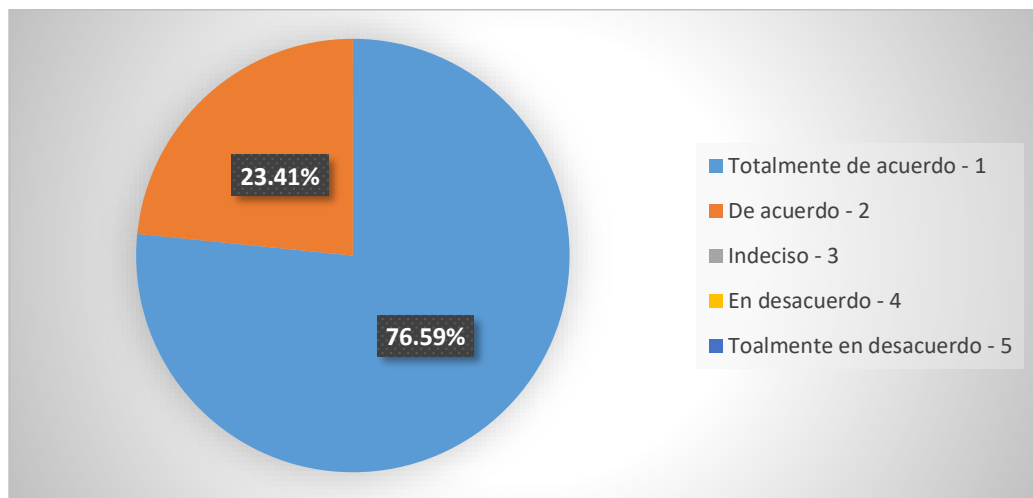
La utilidad neta en la empresa en comparación con el año pasado ha aumentado o al menos se ha mantenido

Alternativa	frecuencia	% válido	% acumulado
1	23	76.59	76.59
2	7	23.41	100.00
3	0	0.00	100.00
4	0	0.00	100.00
5	0	0.00	100.00
TOTAL	30	100.00	

Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Figura 50.

La utilidad neta en la empresa en comparación con el año pasado ha aumentado o al menos se ha mantenido



Fuente: Base de datos – variable gestión de ventas. Anexo 6

Interpretación:

La tabla y gráfico, respecto a la utilidad neta en la consideración que ésta ha aumentado o al menos se ha mantenido en relación al año pasado, el 76.59% considera estar totalmente de acuerdo con la afirmación y el 23.41% sostiene estar de acuerdo, es decir en su totalidad el personal percibe como una empresa exitosa con margen de utilidad que le permite operar de manera eficiente.

4.3. Resultados de la entrevista

- 1. ¿Qué importancia tiene para usted la contabilidad gerencial, en la administración de un supermercado?**

Respuesta: Una contabilidad gerencial es diseñada o adaptada a las necesidades de información y control a los diferentes niveles administrativos. Está orientada a los aspectos administrativos de la empresa, su uso es estrictamente interno y lo utiliza el administrador y propietarios para juzgar y evaluar el desarrollo de la organización a la luz de las políticas, metas u objetivos preestablecidos por la gerencia o dirección de la empresa.

Sus informes permiten comparar el pasado de la empresa con el presente y mediante la aplicación de herramientas o elementos de control, prever y planear el futuro del negocio.

Entonces lo considero importante en la administración del negocio porque indica que para proporcionar cualquier tipo de datos sobre las actividades de la empresa, hay que estar centrado en analizar ingresos y costos de cada actividad, la cantidad de recursos utilizados, así como la cantidad de trabajo, depreciación de máquina, equipo o infraestructura, etc.

- 2. ¿Usted está de acuerdo con la función que cumple la contabilidad gerencial en este tipo de empresa?**

Respuesta: Obviamente, pues la contabilidad moderna ya no solo es una técnica de registro de datos, para ser mostrados a los interesados, hoy en día la contabilidad está orientada a facilitar información útil, clasificada y analizada, necesaria y requerida para la toma de decisiones, además de servir de herramienta de control en el manejo de las operaciones en el negocio. Lo expresado es de aplicación a cualquier empresa no solo es potestativo de un supermercado, claro está en función de sus actividades específicas a cada empresa.

- 3. ¿Cómo mejorar el planeamiento y conocimiento sobre la contabilidad gerencial en una empresa de supermercados?**

Respuesta: Como se sabe la contabilidad gerencial o de gestión se encarga de formular informes que deberán ser analizados por los dueños o gerentes para complementar sus acciones principales entre las que están el planear, controlar y tomar decisiones, considerando que esa información no es final,

sino es netamente predictiva orientada hacia el futuro, es decir hay que tener el conocimiento que se trata de un medio y no de un fin y tratándose del negocio de supermercados, donde la actividad principal es la compra y venta de artículos, se tiene que trabajar planificada mente y conocer sobre proyecciones a futuro de la actividad comercial, por lo que es necesaria la capacitación del personal involucrado en el negocio de manera directa o indirecta.

4. ¿Cómo afecta en una empresa, como en el caso de supermercados, la carencia de información gerencial en las ventas que realice?

Respuesta: La necesidad de contar con información en forma oportuna es hoy en día un requerimiento de cualquier empresa, para garantizar su operatividad, con eficiencia y eficacia, particularmente cuando se trata de información de costos que requiere este tipo de negocios resulta muy importante en muchos casos disponer de datos sobre costos, para la fijación de precios y promover ventas en cualquier instancia del proceso de venta y no solo en espera de un ciclo de tiempo, solo así se puede detectar desvíos importantes y poder reaccionar a tiempo en forma inmediata.

5. ¿La gestión de ventas en el supermercado, actualmente necesita ser mejorado?

Respuesta: En la actualidad las empresas están optando por el tipo de ventas indirectas, ya que todo se está basando en la tecnología y al tener el consumidor el poder de elegir la mejor oferta, pues tiene acceso a una gran información, mediante medios de comunicación masiva y las redes sociales, en consecuencia tiene la ventaja de poder consultar con el proveedor directo, entonces este es el reto que empresas como los supermercados tienen que

asumir para modificar y actualizar sus procesos correspondientes, entre ellos los procesos de ventas y en consecuencia la gestión de estos debe mejorar.

6. ¿En su opinión, solo los gerentes financieros deben tener conocimiento de la información de la contabilidad gerencial o este tema debe ser de conocimiento los empresarios ejecutivos de la empresa?

Respuesta: La contabilidad gerencial, en una empresa permite a sus directivos conocer más fondo el resultado de la empresa, las organizaciones como un supermercado en el país, obligan a sus colaboradores a incrementar flexibilidad operativa en la organización y poder adaptarse con rapidez a los cambios que se pueden producir en cualquier momento, entonces al implementar una contabilidad gerencial no solo para reflejar la situación económica de la empresa sino tomar las acciones correctivas necesarias en el momento indicado y así poder tener o seguir teniendo ventaja sobre los competidores.

Entonces esto no es potestativo solo del gerente financiero sino de todo directivo o personal capaz de tomar decisiones, es decir los ejecutivos.

7. ¿Cree usted que la gestión de ventas en la empresa de supermercados se realice en base a la información gerencial?

Respuesta: Para responder esto es necesario recordar que la fuerza de ventas moderna, requiere de habilidades para el uso y creación de base de datos de los clientes y sobre cómo usar la internet para ayudar en las tareas de las ventas (donde se encuentre información de clientes y competidores), hoy en día los avances tecnológicos como el correo electrónico, los teléfonos celulares y video conferencias han transformado la manera de transferir el conocimiento y la información. Las laptops permiten al personal de ventas

guardar información de clientes y competidores, e incluso la información de la empresa como catálogos, listas de precios. ¡Se puede mantener en forma electrónica, bien! Esto que ya en otras empresas se viene realizando pronto será generalidad en todo tipo de empresa, que en la actualidad no se dé, pero llegará el momento en que se tenga que adecuar a toda esta onda tecnológica y de planeación, control y asistencia de información por parte de la contabilidad gerencial.

- 8. ¿Qué tipo de información maneja la contabilidad gerencial en el caso de la gestión de ventas?**

Respuesta: Actualmente la fuerza de las ventas requieren de muchas habilidades para competir con éxito, ya pasaron los días en que el personal de ventas requería solo una buena presentación y habilidades para cerrar el trato y alcanzar el éxito, actualmente el personal que no comprende estas características estará mal preparado para realizar su trabajo, por lo que se requiere información para: captar y retener clientes, administrar una base de datos, administrar las relaciones con los clientes, marketing de los productos, solucionar problemas en ventas, etc., etc., situaciones que en un momento determinado figurarán en los informes de la contabilidad gerencial.

- 9. ¿Qué recomendaciones puede usted sugerir para lograr la eficiencia de la contabilidad gerencial con respecto a la gestión de ventas en una empresa de supermercados?**

Respuesta: El nuevo concepto de contabilidad, exige una revisión de sus funciones y un replanteo de sus bases científicas, por lo que su aplicabilidad a los procesos empresariales se enmarca en consideración a las funciones de planificación – control – asistencia de información, con referencia a la

naturaleza de la empresa, en el caso específico de las empresas del rubro supermercados, se tiene la planificación de ventas – el control de ventas y el análisis de costos de ventas.

- Respecto al control de gestión (aplicable también al área de ventas), se refiere al análisis de la información bajo el enfoque administrativo gerencial, para lo cual será necesario conocer la técnica particular de la actividad, para el caso específico de ventas.
- Como la contabilidad gerencial en una empresa se elabora por áreas o centros de responsabilidad, para el caso de ventas es necesario identificar ampliamente la función comercial y administrativa para el proceso de ventas.
- Como la contabilidad gerencial, evalúa y controla el desarrollo del plan principal o estratégico, en el caso de ventas, con sus variaciones o desviaciones, así como las recomendaciones para tomar las medidas correctivas necesarias, para lo cual es importante la efectiva comunicación entre todos los niveles de la gerencia de ventas a fin de que todas las operaciones sean coordinadas para lograr los objetivos trazados en el plan de ventas, donde es muy importante los reportes de contabilidad que la gerencia utiliza en las operaciones de planeamiento y control de las ventas.

4.4. Resultados en relación a los objetivos

4.4.1. En relación al objetivo General

A) Correlación “Contabilidad Gerencial” versus “Gestión de Ventas”.

- Resultados obtenidos de la base de datos de las variables correspondientes.

Tabla 56.*Contabilidad Gerencia-Vs.- Gestión de Ventas*

CG	67	62	62	64	60	66	66	72	54	73	61	62	40	110
G de V	38	31	34	37	37	34	38	50	28	48	36	37	30	68

41	62	64	66	68	57	62	88	92	67	83	66	44	61	47	112
31	38	37	37	46	31	37	61	66	41	51	38	34	35	34	82

Tabla 57.*Correlación entre Contabilidad Gerencial y Gestión de Ventas*

Correlaciones		CG	G de V
CG	Correlación de Pearson (r) sig (bilateral) N	r = 1 30	r = 0.92789855 0.000 30
G de V	Correlación de Pearson (r) sig (bilateral) N	r = 0.92789855 0.000 30	r = 1 30

B) Contrastación de la hipótesis general.

Formulación de las hipótesis nula y alternativa H_0 y H_1

H_0 : La contabilidad gerencial NO influye de manera directa y significativa en la gestión de ventas en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la ciudad de Jaén Región Cajamarca; Caso: Supermercado El Centro Jaén 2018.

H_1 : La contabilidad gerencial SI influye de manera directa y significativa en la gestión de ventas en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la ciudad de Jaén Región Cajamarca; Caso: Supermercado El Centro Jaén 2018.

De la relación de valores para las variables Contabilidad Gerencial y la Gestión de Ventas dado en 4.4 (1) y de la tabla 6 en 3.4.se formula la tabla

de contingencia entre las variables para aplicación de la Prueba estadística: chi cuadrado, con gl= grados de libertad $(3-1)(3-1) = 4$ y nivel de significancia 0.05 de donde: el valor tabulado es: $X^2_t = 9.49$ y el valor calculado se obtiene con $X^2_c = \sum \frac{(O_i - e_i)^2}{e_i}$, donde:

$$O_i = \text{valores observados} \quad e_i = \text{valores esperados}$$

Tabla 58.

Contingencias para valores observados y esperados (en recuadro)

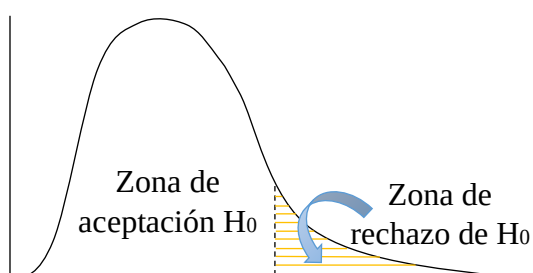
CG \ G de V	19 - 45	46 - 72	73 - 100	TOTAL
30 - 69	22 16.87	1 5.37	0 0.77	23
70 - 109	0 3.67	5 1.17	0 0.17	5
110 - 150	0 1.47	1 0.47	1 0.067	2
TOTAL	22	7	1	30

Fuente: Base de datos CG y G de Ventas. Anexo 6

Obteniendo el valor calculado $X^2_c = 37.32$

Figura 51.

Valor calculado de zona de rechazo



$$X_t^2 = 9.49 \quad X_c^2 = 37.32$$

- Interpretación: El valor calculado se ubica en la zona de rechazo de H_0 , en consecuencia, se acepta la hipótesis alternativa H_1 .

4.4.2. En relación al objetivo Especifico 1.

A) Correlación “Contabilidad Gerencial” versus “Nivel de Ventas”

- Resultados obtenidos de las bases d datos correspondientes

Tabla 59.

Contabilidad Gerencial -Vs.- Nivel de Ventas

CG	67	62	62	64	60	66	66	72	54	73	61	62	40	110	
N de V	20	16	18	19	17	18	20	23	14	24	18	19	15	39	
41	62	64	66	68	57	62	88	92	67	83	66	44	61	47	112
15	20	18	20	22	16	20	30	32	22	25	21	14	18	15	42

Tabla 60.

Correlación Contabilidad Gerencial y Nivel de Ventas

Correlaciones		CG	G de V
CG	Correlación de Pearson (r) sig (bilateral) N	1 30	0.96200483 0.000 30
N de V	Correlación de Pearson (r) sig (bilateral) N	0.96200483 0.000 30	1 30

B) Contrastación de la hipótesis especifica 1 (HE1)

Formulación de las hipótesis nula y alternativa H_0 y H_1

H_0 : La contabilidad gerencial NO influye de manera directa y significativa en el nivel de ventas en las empresas comercializadoras del rubro de

supermercados en la ciudad de Jaén – Región Cajamarca; Caso: Supermercado El Centro Jaén 2018.

H₁: La contabilidad gerencial SI influye de manera directa y significativa en el nivel de ventas en las empresas comercializadoras del rubro supermercados en la ciudad de Jaén; Caso: Supermercado El Centro – Jaén 2018 De la relación de valores para las variables Contabilidad Gerencial y la Gestión de Ventas dado en 4.4 (1) y de la tabla 6 en 3.4.se formula la tabla de contingencia entre las variables, entre las variables para aplicación de para aplicar de la prueba estadística: chi – cuadrado, con 4 grados de libertad 4 y nivel de significancia 0.05 por tanto $X^2_t = 9.49$.

Tabla 61.

Contingencias entre CG y Nivel de Ventas

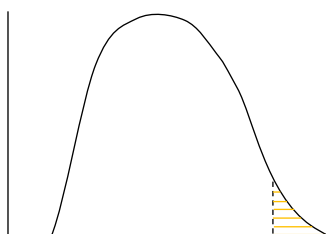
CG \ N de V	10 - 23	24 - 37	38 - 50	TOTAL
30 - 69	23 1.63	0 4.43	0 0.93	23
70 - 109	1 1.17	4 3.17	0 0.67	5
110 - 150	0 4.2	0 11.4	2 2.4	2
TOTAL	24	4	2	30

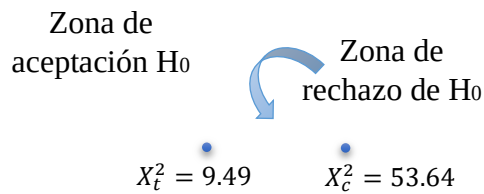
Fuente: Base de datos – variables CG y Nivel de Ventas. Anexo 6

Obteniendo el valor calculado $X^2_c = 53.64$

Figura 52.

Valor calculado de zona de rechazo





- Interpretación: Como el valor calculado se ubica en la zona de rechazo H_0 , se acepta la hipótesis alternativa H_1 (hipótesis alternativa).

4.4.3. En relación al objetivo Especifico 2.

A) Correlación “Contabilidad Gerencial” versus “Gastos Operativos”

Tabla 62.

Contabilidad Gerencial-Vs.- Gastos Operativos

CG	67	62	62	64	60	66	66	72	54	73	61	62	40	110
GO	10	9	10	10	11	8	8	17	7	10	7	7	8	11

41	62	64	66	68	57	62	88	92	67	83	66	44	61	47	112
9	8	8	10	11	7	8	15	15	9	11	10	9	10	8	20

Tabla 63.

Correlación Contabilidad Gerencial y Gastos Operativos

Correlaciones		CG	G de V
CG	Correlación de Pearson (r) sig (bilateral) N	1 30	0.70655256 0.000 30
GO	Correlación de Pearson (r) sig (bilateral) N	0.70655256 0.000 30	1 30

B) Respecto a la hipótesis específica 2 (HE2)

Formulación de las hipótesis nula y alternativa H_0 y H_1

H₀: La contabilidad gerencial NO influye de manera directa y significativa en los gastos operativos de las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la ciudad de Jaén – Región Cajamarca; Caso: Supermercado El Centro Jaén 2018.

H₁: La contabilidad gerencial SI influye de manera directa y significativa en los gastos operativos de las empresas comercializadoras del rubro supermercados en la ciudad de Jaén; Caso: Supermercado El Centro – Jaén 2018.

De la medición de las variables: por intervalos, en 4.4 (1) y de la tabla 6 en 3.4.se formula la tabla de contingencia para la prueba estadística: chi cuadrado, con grados de libertad 4 y nivel de significancia 0.05, el valor de chi cuadrado tabulado es por tanto $X^2_t = 9.49$.

Tabla 64.

Contingencias ente CG y Gastos Operativos

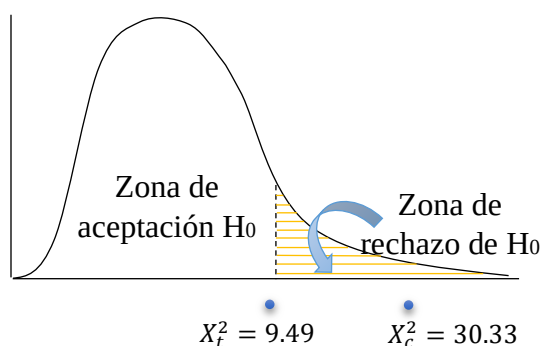
GO CG	5 – 11	12 – 18	19 – 25	TOTAL
30 – 69	23 19.93	0 2.3	0 0.77	23
70 – 109	2 4.33	3 0.5	0 0.17	5
110 – 150	1 1.73	0 0.2	1 0.07	2
TOTAL	26	3	1	30

Fuente: Base de datos – variables CG y GO

Obteniendo el valor calculado $X^2_c = 30.33$

Figura 53.

Valor calculado de zona de rechazo



- Interpretación: Como el valor $X_C^2 = 30.33$ se ubica en la zona de rechazo H_0 , entonces se acepta la hipótesis alternativa H_1 (hipótesis alternativa).

4.4.4. En relación al objetivo Especifico 3.

A) Correlación “Contabilidad Gerencial” versus “Utilidad Neta”

Tabla 65.

Contabilidad Gerencial y Utilidad Neta

CG	67	62	62	64	60	66	66	72	54	73	61	62	40	110
UN	8	6	6	8	10	8	10	10	7	14	11	11	7	18

41	62	64	66	68	57	62	88	92	67	83	66	44	61	47	112
7	10	11	7	13	8	9	16	19	10	15	7	11	7	11	20

Tabla 66.

Correlación entre Contabilidad Gerencial y Utilidad Neta

Correlaciones		CG	G de V
CG	Correlación de Pearson (r) sig (bilateral) N	1 30	0.79870283 0.000 30
UN	Correlación de Pearson (r) sig (bilateral) N	0.79870283 0.000 30	1 30

B) Contratación de hipótesis específica 3 (HE3)

Formulación de las hipótesis nula y alternativa H_0 y H_1

H_0 : La contabilidad gerencial NO influye de manera directa y significativa en la utilidad neta del ejercicio en las empresas comercializadoras del rubro de supermercados en la ciudad de Jaén – Región Cajamarca; Caso: Supermercado El Centro – Jaén 2018.

H_1 : La contabilidad gerencial SI influye de manera directa y significativa en la utilidad neta del ejercicio en las empresas comercializadoras del rubro supermercados en la ciudad de Jaén; Caso: Supermercado El Centro – Jaén 2018. el valor tabulado de chi cuadrado es $X^2_t = 9.49$

Tabla 67.

Contingencias entre CG y Utilidad Neta

GO CG	5 – 11	12 – 18	19 – 25	TOTAL
30 – 69	22 17.63	1 3.83	0 1.53	23
70 – 109	1 3.83	3 0.83	1 0.33	5
110 – 150	0 1.63	3 0.33	1 0.13	2

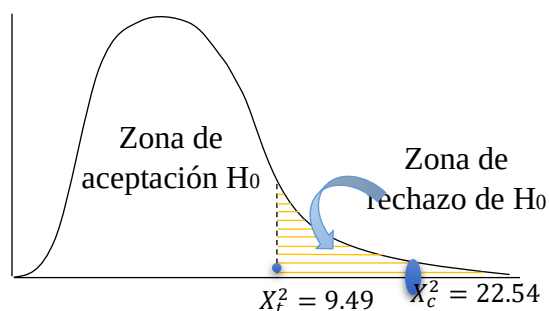
TOTAL	23	5	2	30
--------------	-----------	----------	----------	-----------

Fuente: Base de datos – variables CG y UN

Obteniendo el valor calculado $X_c^2 = 22.54$

Figura 54.

Valor calculado de zona de rechazo



Interpretación: Como el valor $X_t^2 = 9.49 < 22.54 = X_c^2$ se ubica en la zona de rechazo de H_0 y en consecuencia se acepta la hipótesis alternativa.

DISCUSIÓN

Respecto a la entrevista con el Gerente

Información obtenida de un dialogo con el directivo de la empresa, a partir de la cual se corroboró y en algunos casos se amplió la idea que se tenía respecto a la contabilidad gerencial, también sirvió para reformular y orientar la realidad problemática y tener elementos de juicio para justificar la investigación, también, ilustro de alguna manera, la forma como la contabilidad gerencial se relaciona con la gestión de ventas en este tipo de empresas comerciales como son los supermercados, donde como en cualquier empresa, la contabilidad gerencial juega un papel importante en la

mejora de la eficiencia y en los resultados de los procesos inherentes al tipo de empresa, entre ellos el proceso de ventas.

También se puede deducir de este diálogo, que si bien es cierto, en países como el nuestro todavía se puede considerar a la contabilidad gerencial como nuevo existe ya el estímulo para el desarrollo y expansión de este campo de competencia, en forma separada de la contabilidad tradicional, actualmente la capacidad de una organización para sobrevivir está directamente relacionada a la capacidad de dar respuestas de calidad y en prontitud, situación que constituye todo un reto y la contabilidad gerencial es un desafío que requiere un nivel de creatividad para resolver problemas que plantean las nuevas condiciones de contexto, y cada vez es más imperiosa la necesidad adecuar y utilizar de forma más racional la información y los procedimientos que permitan mejores decisiones frente a mercados que reaccionan con mayor rapidez frente a un estímulo.

Respecto a la gestión de ventas, considerando que éstas constituyen el primer paso para generar un ciclo económico, que permite el intercambio y circulación de dinero, para las empresas de supermercados como en cualquier otra comercial, su única finalidad es tener la mayor cantidad de ventas posibles, para lo cual debe haber una programación comercial como parte de la planeación comercial que permita fijar con cierta anticipación las futuras operaciones a realizar en un periodo determinado de tiempo, programación que una vez elaborada debe darse a conocer todas las áreas del negocio desde los más altos a los más inferiores que formen parte de la

red comercial, planteando niveles de ventas para alcanzar pues el volumen de las ventas de una empresa, es lo que determina el grado de desarrollo de ésta.

Respecto a los resultados en función de los Objetivos

Lo cual se realizó utilizando el estadístico chi – cuadrado, prueba que se utiliza para el caso en que las variables en estudio, son cualitativas como es el caso de las del presente trabajo “Contabilidad Gerencial” y “Gestión de Ventas”, categóricamente nominadas y medición en este caso es por intervalos (Valderrama, M. 2013, p.231).

Prueba que se basa en la determinación de dos valores de chi – cuadrado: El tabulado X^2_t y el calculado X^2_c para el valor de X^2_t se utilizó en los cuatro casos (hipótesis general y tres específicas) los grados de libertad $2 \times 2 = 4$, pues las tablas de contingencia de las variables son 3×3 ; y el nivel de significancia de 5% ($\alpha = 0.05$), con lo que buscado en tabla, se obtiene $X^2_t = 9.49$, que rige para los 4 casos y es el valor que separa la zona de rechazo con la aceptación de H_0 (hipótesis nula).

Entonces utilizando el criterio que si $X^2_c < X^2_t$, se acepta H_0 y si $X^2_c > X^2_t$, se rechaza H_0 y en consecuencia se acepta H_1 (hipótesis alternativa) en el desarrollo del trabajo de investigación los resultados fueron:

1. Para la hipótesis general, se obtuvo el valor de $X^2_c = 3732 > 9.49 = X^2_t$; en consecuencia se rechaza H_0 y se acepta H_1 ; es decir “La contabilidad gerencial influye de manera directa y significativa en la gestión de ventas en las empresas comercializadoras del rubro supermercados en la ciudad de Jaén región Cajamarca 2018” y lo del término “directa y

significativa” es debido a que al establecer la correlación entre las variables el valor de coeficiente de Pearson en 4.4.1; parte (1) $r = 0.92789855$, cantidad positiva que le da característica de “relación directa” y muy próximo a 1 (correspondiente a una relación ideal de variables), le da la característica de significativa.

2. Para la hipótesis específica 1), el valor calculado es $X^2_c = 53.64$, en consecuencia por ser mayor que $X^2_t = 9.49$, se rechaza H_0 y se acepta H_1 , la contabilidad gerencial si influye de manera directa y significativa en el nivel de ventas en las empresas comercializadoras del rubro supermercados, en la ciudad región Cajamarca – 2018, y como el valor del coeficiente de Pearson es $r = 0.96200$ que es positivo y muy próximo a 1 (4.4. 2) y justifica el término “Directa y significativa” respectivamente.
3. Para la hipótesis específica 2), el valor calculado de $X^2_c = 30.33$ que es mayor que $X^2_t = 9.48$, en consecuencia se rechaza H_0 y se acepta H_1 , es decir: “La contabilidad gerencial” si incide de manera directa y significativa en los gastos operativos, en las empresas comercializadoras del rubro supermercados en la ciudad de Jaén – región Cajamarca 2018, justificándose el término “directa y significativamente” al obtener el coeficiente de correlación de Pearson $r = 0.70655$.. (en 4.4. 3).

4. Para la hipótesis específica 3), el valor calculado de $X^2_c = 22.54$ *que es mayor que* $9.48 = X^2_t$, en consecuencia se rechaza H_0 , es decir “La contabilidad gerencial SI incide en la utilidad neta del ejercicio,

en las empresas comercializadoras del rubro supermercados en la ciudad de Jaén – región Cajamarca 2018”, y como el valor de correlación de Pearson para el caso tiene valor $r=0.79870283$ (4.4. 4), entonces se puede afirmar que la contabilidad gerencial y la utilidad neta están relacionados de forma directa y significativa, el resultado es una correlación, de causa – efecto, pues hay influencia según la verificación de hipótesis de la contabilidad gerencial en la utilidad neta en este contexto.

V. CONCLUSIONES

En concordancia con los objetivos planteados, las siguientes conclusiones:

1. Existe una relación entre la contabilidad gerencial y la gestión de ventas, en el contexto de los supermercados de la ciudad de Jaén – región Cajamarca en el 2018, confirmada por el valor de correlación de Pearson de 0.92789855 que lo tipifica como una relación “Directa” y “Significativa”, una relación de influencia, cuya contrastación se efectuó con la prueba chi – cuadrado, con valores tabulados de 9.49 y el valor calculado de 37.32.
2. La contabilidad gerencial se relaciona con el nivel de ventas en el contexto de los supermercados de la ciudad de Jaén – región Cajamarca en el 2018, confirmada por el coeficiente de correlación de Pearson de 0.96200..., que lo tipifica como una relación directa y significativa, se contrasta la hipótesis mediante la prueba chi – cuadrado, la comparación entre los valores tabulados de 9.49 y el calculado de 53.64,
3. La contabilidad gerencial, se relaciona con los gastos operativos, en el contexto de los supermercados de la ciudad de Jaén – región Cajamarca 2018, corroborada por el coeficiente de correlación de Pearson de 0.70655..., que lo tipifica como “Directa y significativa”, además de influencia, contrastada mediante la prueba chi – cuadrado al efectuar la comparación de los valores tabulados 9.49 y el calculado de 30.33, confirmándose la hipótesis específica 2.
4. La contabilidad gerencial se relaciona con la utilidad neta en el contexto de los supermercados de la ciudad de Jaén – región Cajamarca 2018, corroborada por el valor del coeficiente de correlación de Pearson de 0.79870..., el valor calculado de 22.54 mayor que 9.49 y en consecuencia, que indica que la contabilidad gerencial influye en la utilidad neta.

VI. RECOMENDACIONES

1. Con el conocimiento de los beneficios de la contabilidad gerencial, para la administración de las empresas en particular en los supermercados, donde con seguridad el beneficio supera largamente al costo de inversión, debe motivar a darle un soporte adecuado y preciso a la toma de decisiones, respecto a las medidas necesarias para el mejoramiento de la gestión de ventas.
2. El profesional contable, debe ampliar su espectro de acción, y no centrarse solamente al manejo de la contabilidad general y financiera que son clásicos soporte de información financiera para la empresa, sino también debe proporcionar información útil y exclusiva para una efectiva toma de decisiones, lo que no es una tarea fácil, sino que tiene grandes desafíos, como el de saber gestionar la información cuidadosamente seleccionada y presentada en el momento preciso y oportuno.
3. Considerando la importancia de una información de calidad para la toma de decisiones en la empresa comercial y otros, el personal de la contabilidad gerencial, preocupado por proporcionar información de calidad debe distinguir entre lo relevante y lo no relevante y que sirva adecuadamente a los gerentes en la toma de decisiones, en este caso sobre la gestión comercial y la eficacia y eficiencia de las ventas.
4. Resaltando que los clientes juegan un papel importante dentro del supermercado, la empresa debe comprender la importancia de obtener toda la información posible referente a sus clientes en cuanto a datos personales, necesidades, quejas, nivel socio económico, consultas, etc. datos que manejados adecuadamente constituirá una ventaja competitiva para la empresa, manejada por la contabilidad gerencial.

REFERENCIAS

1. Acuña, H. (2015). *Compilado de contabilidad gerencial*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/compilado-de-contabilidad-gerencial/>
2. Amorós, E., Díaz, D., & Leon, C. (2007). *Toma de decisiones para negocios - casos prácticos, 11va edición*. México: Mc Graw Hill.
3. Arcniaga, C. (2012). *La contabilidad en la empresa*. México: Trillas.
4. Cano , A. (2013). *"Contabilidad gerencial y presupuestaria", 1era edición*. Bogotá - Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
5. Castells, M. (2010). *"Definición de Venta", 9na edición*. España: Ediciones ESIC.
6. Chu, M. (2014). *Finanzas para no financieros, 4ta edición*. Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
7. Cuellar, L. (2012). *Contabilidad un enfoque práctico*. Bogotá - Colombia: Alfaomega Colombiana S.A.
8. De la Colina, J. (2006). *La contabilidad gerencial en la organización empresarial*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/la-contabilidad-gerencial-en-la-organización-empresarial/>
9. Escobar, T., & Cortijo, V. (2012). *Fundamentos de contabilidad de gestión* . España: Pearson.
10. Estupiñan, R. (2006). *Análisis financiero y de gestión, 2da edición*. Bogotá - Colombia: Kimpers.

11. Ferbando, D. (2013). *Contabilidad Gerencial*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/contabilidad-gerencial.html>
12. Fierro, A. (2015). *Contabilidad General*. Bogotá - Colombia: Ediciones ECO.
13. Flores, J. (2013). *Contabilidad para Gerencia, 1era edición*. Lima - Perú: Ediciones Pacífico Editores S.A.C.
14. Flores, J. (2017). *Contabilidad gerencial*. Lima - Perú: CECOF Asesores E.I.R.L.
15. Gertz, F. (2013). *Origen y Evolución de la Contabilidad*. México: Trillas.
16. Giraldo, J. (2008). *Contabilidad de Costos*.
17. Gitman, L. (2012). *Principios de la Administración Financiera*. México: Pearson.
18. Granado, I., & La Torre, L. (2016). *Contabilidad Gerencial: Fundamentos, principios y enfoque práctico*. Bogotá - Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
19. Hernandez, S., Fernandez, R., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc. Graw Hill.
20. Horngren, J., Foster, R., & Datar, P. (2013). *Contabilidad de Costos - un enfoque gerencial, 14ava edición*. México: Pearson Educación.
21. Lizarbe, J. (2006). *Contabilidad gerencial y finanzas para la toma de decisiones*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/contabilidad-gerencial-y-finanzas-para-la-toma-de-decisiones/>

22. Loayza, N. (2013). *Importancia de la contabilidad gerencial. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Pontificia Universidad Javeriana.* Obtenido de http://www.comunidadcontable.com/Bancoconocimiento/c/contrapartida_688/asp
23. Lucas, J. (2011). *La contabilidad como herramienta competitiva en las Pymes de la ciudad de Cordova.*
24. Mantilla, A. (2009). *"Capital intelectual y contabilidad del conocimiento", 1era edición.*
25. Matos, F. (2011). *"Gastos de ventas".* Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/55428565/gastos-de-ventas-scribt>
26. Ochoa, E. (2014). *Mejoramiento del modelo de gestión contable.* Quito - Ecuador.
27. Oyuelos, E. (2013). *"Previsión de ventas y la fijación de objetivos".* Madrid - España: ESIC.
28. Perez, M. (2013). *Contabilidad: Una herramienta imprescindible para la toma de decisiones.* Obtenido de <https://negociosymanagement.coom.ar/?p=3096>
29. Pilarin, B. (2012). *Evolución histórica de la Contabilidad de gestión.* Cua: Mc. Graw Hill.
30. Polimeni, R., Fabozzi, J., & Adelberg, J. (2013). *Contabilidad de costos - conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales.* México: Mc. Graw Hill.

31. Quintanilla, P., & Valencia, P. (2017). *"Guía de trabajo" Contabilidad Gerencial.* . Perú: Universidad Continental Huancayo .
32. Ronald, A. (1988). *"Introducción a la Administración de Ventas"*. Costa Rica: EUNED.
33. Tamayo y Tamayo, M. (2012). *"El proceso de investigación científica"*. México: Limusa S.A. de CV, grupo Noriega Editores México DF.
34. Valderrama, M. (2013). *"Pasos para elaborar proyectos de investigación científica cuantitativa - cualitativa y mixta"*. Lima: San Marcos.

Fuentes de producción Universitaria:

35. Molina, V.J.R. (2017), tesis: "Aportes de la contabilidad gerencial y la toma de decisiones en una mediana empresa del sector industrial en V.M.T.", Universidad Autónoma del Perú – carrera profesional de contabilidad.
36. Quintanilla y Valencia R. (2017). Guía de trabajo de: "Contabilidad Gerencial I.", Universidad continental.
37. Sofía M.C. (2016), Tesis: "La contabilidad gerencial como sistema de información de gestión estratégica, el caso de la empresa PYME "Construir S.A." del rubro de la construcción". Universidad Nacional de Córdoba – Argentina, escuela de graduados – especialidad en contabilidad superior y auditoría.
38. Granizo G.B. (2017), Tesis: "Contabilidad de gestión y su relación con las ventas en la empresa SUPEMS Enero – agosto 2017". Universidad Nacional de Huánuco – escuela profesional de contabilidad y finanzas.

39. Labrada Q.L. (2017), Tesis: “Procedimiento de consultoría para implementar los procesos contables en organizaciones empresariales”. Universidad Ignacio Agramonte Laynez, para optar el master en contabilidad gerencial – CAMAGUEY.
40. Pantoja H.S. (2017). Tesis: “Modelo de gestión contable en supermercado víveres Bastidas de la ciudad de San Gabriel Cantón – Montufar – Provincia de CARCHI”. Universidad Regional Autónoma de los andes – carrera de contabilidad superior y auditoría CPA.
41. Paz M.L. (2017). Tesis: “Marketing y gestión en las ventas del supermercado TOTTUS del distrito de San Vicente de Cañete en el año 2016”. Universidad Privada San Juan Bautista – filial Chíncha, escuela profesional de administración y negocios.
42. Molina, P.M.A. y Torres, G.A. (2017). “El marketing con responsabilidad social y su relación con el nivel de ventas en las pymes del sector comercio en Tarma – 2014”. Universidad Nacional del Centro del Perú – Facultad de Ciencias Aplicada – Huancayo.
43. Molina Valenzuela, J.R. (2017). “Aportes de la contabilidad gerencial y la toma de decisiones en una mediana empresa del sector industrial en V.M.T.” Universidad autónoma del Perú – Facultad de Ciencias de gestión – escuela profesional de contabilidad.
44. Cusco Valle, R.D. (2015). “Los gastos operativos y su incidencia en la rentabilidad de la empresa comercial Luis Felipe Olmedo Arias de la ciudad de Riobamba en el primer semestre del año 2014”. Universidad Técnica de Ambato – Facultad de contabilidad y auditoría – carrera de contabilidad y auditoría.

45. Correa Chamorro, L.E. (2018). "Implementación de la contabilidad gerencial como herramienta financiera para la toma de decisiones en una pequeña empresa grafica de Lima Metropolitana". Universidad Nacional Agraria La Molina – Facultad de economía y planificación.
46. Aguilar. T , y Gamboa, V. (2017). Aportes de la Contabilidad Gerencial para la Toma de decisiones en la empresa MELKA Supermercados EIRL 2017. Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas. Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Cajamarca.
47. Ruiz Vado, A.E. (2017). Aplicación de una Auditoria Administrativa al área de operaciones de Supermercados la Unión León en el periodo agosto-setiembre 2017. Facultad de Ciencias Económicas Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
48. San Martín. Y Durendez, G.G. (2015). Auditoria de Gestión de la Empresa Familiar Supermercados Vidal Hermanos. S.L. Facultad de Ciencias de la Empresa. Universidad Politécnica de Cartagena. Colombia.
49. Calanchi, G.M. (2018). Contabilidad Gerencial y la Gestión de Compras en la cadena de pollerías Astorias de Puerto Maldonado 2017. Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. Universidad Andina del Cusco.

ANEXOS

ANEXO 01

ANEXO 01.- DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL AUTOR

Declaratoria de autenticidad

Yo, MARIA ESTHER CORTEZ NEYRA, adscrito a la escuela profesional de **CONTABILIDAD Y TRIBUTACIÓN**, de la Universidad Particular de Chiclayo, identificado con DNI N° 48000914 Con la tesis **Contabilidad Gerencial y la Gestión de Ventas en las Empresas Comercializadoras del Rubro Supermercados de la Ciudad de Jaén Región Cajamarca; Caso: Supermercado el Centro Jaén 2018.**

DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:

- 1) La tesis es de mi autoría
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido auto plagiada; es decir no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Particular de Chiclayo.

Jaén, 07 de junio del 2021.



MARIA ESTHER CORTEZ NEYRA

48000914

Anexo 2

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD (ASESOR)

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR

Yo, Sebastián Ramón LLontop docente de la Facultad de comunicación, empresa y Negocios, identificado con DNI N° 16628148, presento la tesis de la Srta. Esther María Cortez Neyra, egresada de la escuela de Contabilidad y Tributación, titulada **Contabilidad Gerencial y la Gestión de Ventas en las Empresas Comercializadoras del Rubro Supermercados de la Ciudad de Jaén Región Cajamarca; Caso: Supermercado el Centro Jaén 2018**, Declaro bajo juramento como asesor de tesis; que la indicada tesista es autora de la indicada tesis asimismo, ha respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas, por tanto, su tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Particular de Chiclayo.

Pimentel, Junio de 2021.



Dr. Sebastián Ramón LLontop
Docente de la facultad FACEN

Anexo 3

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Contabilidad Gerencial y la Gestión de Ventas en las Empresas
Comercializadoras del Rubro Supermercados de la Ciudad de Jaén Región
Cajamarca; Caso: Supermercado el Centro – Jaén – 2018

Variab les	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensi ones	Indicadores	Índices	Escala de medición	Instrume ntos
Varia ble indepe ndie nte: Conta bilidad geren cial	Bustios G. (2010) Es el proceso de identificación, recolección y análisis de información principalmente para propósitos internos, está dirigido a la administración de los costos, en especial para tener en cuenta en las decisiones administrativas en el ámbito de la producción y otros, pp. 74 – 75.	La medición de la variable contabilidad gerencial se efectúa en este trabajo con las dimensiones planeamiento, toma de decisiones y acciones de control	Planeam iento	• Objetivos • Organización • Crecimiento • Plan	1 – 3 4 – 6 7 – 8 9 – 10	Escala de Likert 1= total acuerdo 2 = de acuerdo 3= indeciso 4= en desacue rdo 5 = total desacue rdo	C U E S T I O N A R I O (Contabil idad gerencia l)
			Toma de decision es	• Eficacia • Eficiencia • Control • Acciones	11 – 12 13 – 15 16 – 17 18 – 20		
			Accione s de control	• Mejoramiento • Técnicas y procedimiento • Capacitación • Información	21 – 22 23 24 – 26 27 – 30		

Elaboración propia.

Variab les	Definición Conceptual	Definición Operacion al	Dime nsion es	Indicadores	Índic es	Escala de medición	Instrume ntos
Varia ble depen diente : Gestió n de ventas	La gestión es el proceso emprendido por una o más personas para coordinar las actividades laborales de otras personas con la finalidad de lograr resultados de alta calidad que cualquier otra persona, trabajando sola, no podría alcanzar” (Ivancevich, Lorenzi y Skinner.2005. p.11). “La venta es otra forma de	En este caso, la medición de la variable “gestión de ventas” se efectuará considerando los factores nivel de ventas, gastos operativo	Nivel de venta s	• Posicionamiento	1 – 2	Escala de Likert 1= total acuerdo 2 = de acuerdo 3= indeciso 4=en desacuer do	C U E S T I O N A R I O (Contabi lidad gerencia l)
				• Precios de venta	3 – 5		
				• Estrategia de ventas	6 – 10		
			Gast os opera tivos	administrativos • % de gastos administrativos • Consumo mensual de servicios básicos	11 – 12		
				de ventas • % de gastos de venta	13– 14		

acceso al mercado para s y utilidad • % de gastos en mercaderías para 5= total desacuer

FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS

FICHA TECNICA/OPINION DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Experto: CPC. Mili Brigitte Zaquinula Quiñonez
- 1.2 Cargo : Especialista en Adquisiciones
- 1.3 Institución o Centro Laboral : Hospital General de Jaén.
- 1.4 Nombre del Instrumento: Cuestionario - Guía de entrevista
- 1.5 Título de la Investigación : Capacidad Gerencial la Gestión de Ventas en las Empresas Comerciales del abro Su mercado de la ciudad de Jaén Region Caamarca: aso Su mercado el centro Jaén - 2018
- 1.6 Autor(a) María Esther Cortez Neyra : Bach. Monia Esther Cortez Neyra

II ASPECTOS A VALIDAR

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	CELENTE 81-100%
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado					
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					90
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y la mejora continua del					92
ORGANIZACION	Se denota organización lógica					85
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad					83
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos de la					95
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teórico-científicos					90
COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores					88
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación					85
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					90

PROMEDIO

III. PROMEDIO DE VALORACION

88.0 %

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

DNI: 4421861988

GOBIERNO REGIONAL DE CAJAMARCA
HOSPITAL GENERAL DE JAÉN
CPC Mili Brigitte Zaquinula Quiñonez
ESPECIALISTA EN ADQUISICIONES

fones
NES

FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
FICHA TECNICA/OPINION DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y Nombres del Experto: Willar Manuel Rimarachin Vega
- 1.2 Cargo : Planificador I
- 1.3 Institución o Centro Laboral : Hospital General de Jaén
- 1.4 Nombre del Instrumento : Cuestionario-Guia de entrevista
- 1.5 Título de la Investigación : Contabilidad Gerencial y la Gestión de Ventas en las empresas Comercializadoras del Rubro Supermercados de la ciudad de Jaén Región Cajamarca: caso Supermercado El Centro Jaén 2018.
- 1.6 Autor(a) : Maria Esther Cortez Neyra Bach.

II ASPECTOS A VALIDAR

INDICADORES CRITERIOS

		DEFICIENTE 00-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje					
OBJETIVIDAD	a ro iado Esta expresado en conductas					90
ACTUALIDAD	observables Adecuado con la innovación y la				65	
ORGANIZACION	me ora continua del				70	
SUFICIENCIA	Se denota or anización ló ica Comprende aspectos en calidad y					90
INTENCIONALIDAD	cantidad Adecuado para valorar múltiples					85
CONSISTENCIA	aspectos Sustentados en aspectos teórico-					88
COHERENCIA	científicos Entre las variables, dimensiones e				78	
METODOLOGIA	indicadores Responde a los propósitos de la					90
PERTINENCIA	investi ación El instrumento es adecuado para el					90
	ro osito de la investi ación					
III. PROMEDIO DE VALORACION	PROMEDIO					92
					2.13	625

%

IV. OPINION DE APLICABILIDAD

83.8

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
- ☒) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.


 GOBIERNO REGIONAL DE CAJAMARCA
 HOSPITAL GENERAL DE JAÉN
 C.P.C. Willar M. Rimarachin Vega
 MAT. 04-3146
 DNI: 27440236

FACULTAD DE COMUNICACIÓN, EMPRESA Y NEGOCIOS
FICHA TECNICA/OPINION DE EXPERTOS

I.- DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del Experto: MR. Juan Díaz Avalos
- 1.2 Cargo : Docente de Investigación Científica
- 1.3 Institución o Centro Laboral : UDCH - Jaén
- 1.4 Nombre del Instrumento : cuestionario - Guía de entrevista
- 1.5 Título de la Investigación : Contabilidad Gerencial y la Gestión de Ventas en las empresas Comercializadoras del Rubro Supermercado de la ciudad de Jaén Región Cajamarca : Caso Supermercado el Centro Jaén 2018.
- 1.6 Autor(a) María Esther Cortez Negra : Bach. : María Esther Cortez Neyra.

II ASPECTOS A VALIDAR

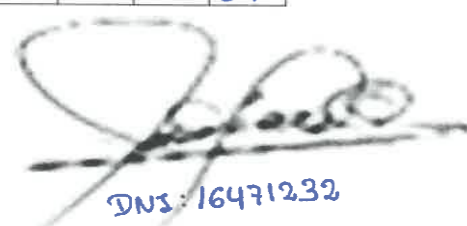
INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 00-20%	REGULAR 21-40%	BUENO 41-60%	MUY BUENO 61-80%	EXCELENTE 81-100%
CLARIDAD	Esta expresado con un lenguaje apropiado					90
OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					85
ACTUALIDAD	Adecuado con la innovación y la mejora continua del					95
ORGANIZACION	Se denota organización lógica					90
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y cantidad					82
INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar múltiples aspectos					93
CONSISTENCIA	Sustentados en aspectos teórico-científicos					90
COHERENCIA	Entre las variables, dimensiones e indicadores					88
METODOLOGIA	Responde a los propósitos de la investigación					93
PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación					90
PROMEDIO						89.6

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN

89.6 %

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.


DNI: 16471232

Anexo 5
Universidad Particular de Chiclayo
Facultad de Comunicación – Empresa y Negocios

Escuela profesional de contabilidad y tributación

Cuestionario

(Contabilidad gerencial)

NOTA: el presente cuestionario se ha formulado, tomando como base y adecuándolo, el realizado por Bustios Galván Natalie Ingrid, en la tesis: “La contabilidad gerencial como instrumento financiero en la gestión de las medianas empresas comercializadoras de Hidrocarburos de Lima Metropolitana – USMP – Lima”.

- **PRESENTACIÓN:** El presente cuestionario se utiliza para obtener información respecto a la “Contabilidad Gerencial” en el marco de la Tesis: “Contabilidad Gerencial y Gestión de ventas en las empresas comercializadoras del rubro supermercados de la ciudad de Jaén – región Cajamarca – periodo Mayo – agosto 2019”.
 - Dirigido a trabajadores y directivos de las áreas contable y ventas, cobranza y operaciones de la empresa en estudio.
 - Instrucciones:
 1. Lea detenidamente cada uno de los ítems.
 2. Según su criterio respecto a la contabilidad gerencial en cada uno de los ítems siguientes de la respuesta que usted considere.
 3. Responder en escala de Likert: 1) Totalmente de acuerdo, 2) De acuerdo, 3) Indeciso (ni de acuerdo ni en desacuerdo), 4) En desacuerdo y 5) Totalmente en desacuerdo.
1. ¿Considera usted que de los objetivos de la contabilidad gerencial el facilitar el proceso de toma de decisiones, es el más importante a nivel empresarial?
- | | |
|--------------------------|-----------------------------|
| 1) Totalmente de acuerdo | 4) En desacuerdo |
| 2) De acuerdo | 5) Totalmente en desacuerdo |
| 3) Indeciso | |

2. ¿Considera usted que en la práctica los objetivos de la contabilidad gerencial, teóricamente conocidos, permiten tomar decisiones importantes en la organización de la empresa?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
3) Indeciso
3. ¿Está usted de acuerdo con que la organización de la contabilidad gerencial en la empresa, contribuye a la toma de decisiones a nivel organizacional?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
3) Indeciso
4. ¿Considera usted que los objetivos de la contabilidad gerencial ayudan a la toma de decisiones a nivel organizacional en una empresa, de forma directa?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
3) Indeciso
5. ¿Considera usted que una correcta organización de la contabilidad gerencial contribuye notablemente en la toma de decisiones a nivel organizacional en una empresa?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
3) Indeciso
6. ¿Considera usted que: la organización de la contabilidad gerencial en la empresa ayuda en la toma de decisiones a nivel organizacional proporcionando informes confiables?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo

- 3) Indeciso
7. ¿Está usted de acuerdo con que de los elementos de la contabilidad gerencial que se conoce, la planificación es la más importante para una empresa?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
- 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
- 3) Indeciso
8. ¿Está usted de acuerdo con la afirmación de que el planeamiento para la toma de decisiones en una empresa le corresponde el desarrollo de una estrategia general?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
- 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
- 3) Indeciso
9. ¿Está usted de acuerdo con que un plan de trabajo debe incluir a la contabilidad gerencial como instrumento de gestión de una empresa?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
- 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
- 3) Indeciso
10. ¿Está usted de acuerdo con que un buen plan para la empresa se refleja en los informes de contabilidad gerencial?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
- 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
- 3) Indeciso
11. ¿Está usted de acuerdo con que actualmente existe suficiente conocimiento sobre contabilidad gerencial, como para aplicarlo en la empresa?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
- 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
- 3) Indeciso

12. ¿Está usted de acuerdo con que una buena toma de decisiones permite lograr los objetivos planteados en la empresa?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
3) Indeciso
13. ¿Considera que: ¿a nivel organizacional, una deficiente toma de decisiones genera dificultades operativas y económicas en la empresa?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
3) Indeciso
14. ¿Está usted de acuerdo con que: ¿cuándo se realiza una toma de decisiones, una de las deficiencias respecto a la contabilidad gerencial que genera problemas a la empresa es el manejo de mala información?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
3) Indeciso
15. ¿Usted considera que lo ejecutivos con los mismos capaces de llevar a cabo la gestión de una empresa para lograr los objetivos propuestos?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
3) Indeciso
16. ¿Considera usted que el control en la contabilidad gerencial se usa para tomar decisiones en una empresa?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
3) Indeciso

17. ¿Considera usted muy importante el uso del control en la contabilidad gerencial respecto a la toma de decisiones en una empresa?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
3) Indeciso
18. ¿Está usted de acuerdo como se aplican las acciones de la contabilidad gerencial en la empresa?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
3) Indeciso
19. ¿Considera usted que la coordinación con la contabilidad gerencial incide en la toma de decisiones en la empresa?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
3) Indeciso
20. ¿Considera usted que para tomar decisiones correctivas en la empresa la contabilidad gerencial, se debe tomar en cuenta experiencias pasadas en ella?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
3) Indeciso
21. ¿Está usted de acuerdo con que: la contabilidad gerencial puede contribuir con la mejora de la gestión en la empresa?
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
3) Indeciso
22. ¿Considera usted que, con la mejora en la práctica de costos y gastos financieros, se mejora la gestión de la empresa?

- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
- 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
- 3) Indeciso

23. ¿Usted cree que las nuevas técnicas y procedimientos de contabilidad gerencial favorecen los resultados de gestión en la empresa?

- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
- 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
- 3) Indeciso

24. ¿Está usted de acuerdo con que actualmente en la empresa el personal está suficientemente capacitado en todo lo relacionado a la contabilidad gerencial, para poder obtener resultados beneficiosos para la empresa?

- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
- 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
- 3) Indeciso

25. ¿Considera usted que, en la empresa, la contabilidad gerencial debe ser llevada por personal especializado?

- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
- 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
- 3) Indeciso

26. ¿Usted está de acuerdo con que la gerencia de la empresa realice capacitaciones a fin de desarrollar mejor sus funciones?

- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
- 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
- 3) Indeciso

27. ¿Está usted de acuerdo con que la toma de decisiones en la empresa se base en la presentación de informes gerenciales?

- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo

- ### 3) Indeciso

Cuestionario (Gestión de ventas)

Dirigido a:

Presentación: El presente cuestionario se utiliza para obtener información respecto a la “Gestión de ventas” en el marco del desarrollo de la tesis: “Contabilidad gerencial y gestión de ventas en las empresas comercializadoras del rubro supermercados de la ciudad de Jaén – región Cajamarca periodo mayo – agosto 2019”.

Instrucciones:

1. Lea detenidamente cada uno de los ítems.
 2. Marque con un aspa (X) la respuesta que usted considere pertinente según su criterio y considerando la escala de Likert.
- 1) Totalmente de acuerdo 4) En desacuerdo
- 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
- 3) Indeciso (ni de acuerdo ni en desacuerdo)

Ítems	DIMENSIONES/Indicadores/Ítems
DIMENSION I.- NIVEL DE VENTAS	
Indicadores: Posicionamiento	
1	¿Considera usted que los procesos de ventas en la empresa, poseen atributos que aseguran posicionamiento? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
2	¿Los atributos de posicionamiento han permitido el incremento de las ventas en los últimos años? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
Indicadores: precios de venta	
3	¿Cree usted que los precios de los productos tienen que ver mucho en un negocio? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
4	¿Cree usted que los precios que brinda la empresa están al alcance de la comunidad? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
5	¿Cree usted que el nivel de precios repercute en el nivel de ventas en la empresa? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo

Indicadores: estrategia de ventas	
6	¿Cree usted que el incremento de las ventas, se da porque la empresa mantiene los precios bajos en comparación a los de otros establecimientos? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
7	¿La empresa debe ofertar beneficios de descuentos para incrementar su nivel de ventas? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
8	¿Para incrementar el nivel de ventas, la empresa debe invertir en publicidad escrita, radial o televisiva? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
9	Si el nivel de ventas está relacionado con la localización donde se asienta la empresa ¿Cree usted que el local que ocupa actualmente la empresa es el apropiado? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
10	¿Considera usted que la empresa debe utilizar otras estrategias de ventas para incrementar el nivel de las mismas? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
DIMENSION: GASTOS OPERATIVOS	
Indicadores: Gastos Administrativos	
11	¿Considera usted que los gastos que realiza la empresa son los adecuados por el tamaño de la misma? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
12	¿Está usted de acuerdo con que la atención de servicios básicos a las oficinas sean los adecuados para asegurar la operatividad de la empresa? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
Indicadores: gastos de ventas	
13	¿Cree usted que los gastos que la empresa realiza en ventas permiten tener una gestión efectiva y eficiente de sus recursos? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
14	¿Considera usted que los gastos en la gestión de mercaderías es el adecuado para el giro del negocio?

	1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
Indicadores: gastos financieros	
15	¿Cree usted que se debe tomar en cuenta los gastos para la disminución de impuestos para la empresa? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
DIMENSIÓN: UTILIDAD NETA	
Indicadores: Rendimiento del activo total	
16	¿Considera usted que las operaciones que realiza la empresa hacen rentable la misma? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
Indicadores: utilidad bruta	
17	¿Cree usted que las utilidades netas generadas deben reflejarse en mejoras para la empresa y sus colaboradores? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
Indicadores: Liquidez	
18	¿Considera usted que actualmente existe el flujo de efectivo y capacidad económica para solventar los gastos en la empresa? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
Indicadores: Decisiones financieras	
19	¿Está usted de acuerdo con que, en la empresa, si se ajusta el presupuesto de operaciones en áreas críticas del negocio, mejora su utilidad neta? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo
Indicadores: Aumento de utilidad	
20	¿Considera usted que la utilidad neta en la empresa en comparación con el año pasado ha aumentado o al menos se ha mantenido? 1) Totalmente de acuerdo 3) Indeciso 4) En desacuerdo 2) De acuerdo 5) Totalmente en desacuerdo

ANEXO 7. Confiabilidad del cuestionario de la variable: Contabilidad Gerencial

Método: Alfa de Cronbach. Aplicado a una muestra piloto de los trabajadores de la empresa

Encuestado	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
1	5	3	4	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	5	3	4	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1
2	5	4	2	2	1	3	2	2	2	2	4	2	3	3	3	5	4	2	2	1	3	2	2	2	2	4	2	3	3	3
3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2
4	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4
5	5	3	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	5	3	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2
6	5	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	5	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
7	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
8	5	3	4	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	1	2	5	3	4	3	2	2	2	3	2	4	3	2	3	1	2
9	5	1	4	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	5	1	4	3	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2
10	5	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	1	2	1	1	5	2	2	3	3	2	2	3	2	4	3	1	2	1	1
$\bar{X}$	4.8	2.5	2.5	2.3	1.9	2.2	1.9	2.2	2.1	2.1	2.4	1.6	2.1	1.5	1.9	4.8	2.5	2.5	2.3	1.9	2.2	1.9	2.2	2.1	2.5	2.4	1.6	2.1	1.5	1.9
VAR	0.4	0.72	1.17	0.23	0.32	0.18	0.1	0.18	0.1	0.1	0.49	0.49	0.32	0.5	0.99	0.4	0.72	1.17	0.23	0.32	0.18	0.1	0.18	0.1	0.72	0.49	0.49	0.32	0.5	0.99

$k = 30$

$\sum var = 13.2$

$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right] = \frac{30}{29} \left(1 - \frac{13.2}{57.82} \right) = 0.7983158196 = 0.7983 = 79.83\%$

ANEXO 8. Confiabilidad del cuestionario de la variable: Gestión de ventas

Método: Alfa de Cronbach. Aplicado a una muestra piloto de 10 trabajadores de la empresa

Encuesta piloto	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Σ
1	1	2	1	2	2	3	2	3	2	2	4	3	2	2	2	3	3	1	2	1	43
2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	4	2	1	2	42
3	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	3	4	2	2	3	1	3	3	3	3	45
4	2	2	2	2	1	1	2	2	5	1	1	4	2	2	3	4	4	2	1	2	45
5	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	2	1	1	2	26
6	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	1	1	40
7	2	2	2	1	1	1	2	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2	4	1	1	41
8	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	3	2	2	2	30
9	1	1	1	2	4	2	4	3	1	1	2	5	1	1	1	4	4	1	1	1	41
10	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
□	1.8	1.4	1.4	1.5	1.6	1.4	2	1.9	2.1	1.8	2.3	2.8	1.8	1.9	1.8	2.1	2.9	1.4	1.4	1.6	37.4
VAR	0.4	0.27	0.27	0.28	0.93	0.47	0.67	0.54	1.88	1.07	1.34	1.2	0.84	0.32	0.62	1.43	0.99	0.49	0.49	0.49	72.71 16.49

$$k = 20$$

$$\sum var = 16.49$$

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right] = \frac{29}{19} \left(1 - \frac{16.49}{72.71} \right) = 0.8139038285 = 0.8139 = 81.39\%$$

ANEXO 9. Validez de Cuestionario de Contabilidad Gerencial

Método: Juicio de Expertos

Variable: Contabilidad Gerencial

Nº de Ítem	Calificación de Expertos (%)			Σ	$\bar{X}$
	1	2	3		
1	81	90	85	256	85.33
2	88	92	90	270	90.00
3	89	86	85	260	86.67
4	72	80	82	234	78.00
5	91	88	90	269	89.67
6	88	76	86	250	83.33
7	65	67	60	192	64.00
8	88	90	84	262	87.33
9	73	80	84	237	79.00
10	82	92	95	269	89.67
11	89	93	90	272	90.67
12	80	70	85	235	78.33
13	74	80	88	242	80.67
14	90	80	72	242	80.67
15	92	75	78	245	81.67
16	88	68	73	229	76.33
17	87	83	90	260	86.67
18	83	82	93	258	86.00
19	70	89	90	249	83.00
20	84	80	86	250	83.33
21	95	90	92	277	92.33
22	93	89	85	267	89.00
23	76	70	81	227	75.67
24	84	90	86	260	86.67
25	80	84	82	246	82.00
26	85	82	86	253	84.33
27	90	89	90	269	89.67
28	78	75	80	233	77.67
29	85	90	86	261	87.00
30	82	90	80	252	84.00
Σ □	2502	2490	2534		2508.67
	83.4	83	84.47		
Validez promedio = 83.62266667					

Elaboración propia

ANEXO 10. Validez de cuestionario de gestión de ventas

Variable: Gestión de Ventas

N° de Ítem	Calificación de Expertos (%)			Σ	□
	1	2	3		
1	95	90	86	271	90.33
2	85	82	79	246	82.00
3	89	87	86	262	87.33
4	76	80	78	234	78.00
5	83	90	85	258	86.00
6	86	82	85	253	84.33
7	86	80	85	251	83.67
8	88	90	86	264	88.00
9	79	82	80	241	80.33
10	90	88	86	264	88.00
11	88	82	90	260	86.67
12	92	90	90	272	90.67
13	70	82	86	238	79.33
14	95	88	90	273	91.00
15	93	90	92	275	91.67
16	82	85	86	253	84.33
17	86	88	84	258	86.00
18	74	80	78	232	77.33
19	80	76	80	236	78.67
20	88	80	80	248	82.67
Σ □	1705	1692	1692		1696.33
	85.25	84.6	84.6		
Validez promedio = 84.8165					

ANEXO 11

GUIA DE ENTREVISTA

(Al directivo de la empresa)

Instrucciones:

La entrevista tiene por finalidad recabar información sobre “La contabilidad gerencial y la gestión de ventas, en las empresas comercializadoras del rubro supermercados en la ciudad de Jaén – región Cajamarca”, tema sobre el cual se basa el trabajo de investigación para la formulación de la tesis para optar el título profesional de contador público, en la Universidad Particular de Chiclayo, por lo que solicito a usted su colaboración, respondiendo las preguntas en forma clara, precisa y veraz, la información es anónima y se le agradece su gentil participación y colaboración.

1. ¿Qué importancia tiene para usted la contabilidad gerencial, en la administración de un supermercado?

2. ¿Usted está de acuerdo con la función que cumple la contabilidad gerencial en este tipo de empresa?

3. ¿Cómo mejorar el planeamiento y conocimiento sobre la contabilidad gerencial en una empresa de supermercados?

4. ¿Cómo afecta en una empresa, como en el caso de supermercados, la carencia de información gerencial en las ventas que realice?

5. ¿La gestión de ventas en el supermercado, actualmente necesita ser mejorado?

6. ¿En su opinión, solo los gerentes financieros deben tener conocimiento de la información de la contabilidad gerencial o este tema debe ser de conocimiento los empresarios ejecutivos de la empresa?

7. ¿Cree usted que la gestión de ventas en la empresa de supermercados se realice en base a la información gerencial?

8. ¿Qué tipo de información maneja la contabilidad gerencial en el caso de la gestión de ventas?

9. ¿Qué recomendaciones puede usted sugerir para lograr la eficiencia de la contabilidad gerencial con respecto a la gestión de ventas en una empresa de supermercados?

Anexo 12
BASE DE DATOS
VARIABLE: CONTABILIDAD GERENCIAL

Trabai. \ Ítem	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Σ
1	1	2	1	2	2	3	2	3	2	2	4	3	2	2	2	3	3	1	1	2	1	2	2	3	2	3	2	2	4	3	67
2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	4	2	2	62
3	1	2	1	2	2	2	3	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	4	2	2	2	2	62
4	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	3	4	2	2	3	1	3	3	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	3	4	64
5	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4	60
6	2	2	2	2	1	1	2	2	5	1	1	4	2	2	3	4	4	2	1	2	2	2	1	1	2	2	5	1	1	4	66
7	1	1	1	2	4	2	4	3	1	1	2	5	1	1	1	4	4	1	1	1	2	4	2	4	3	1	1	2	5	1	66
8	4	1	2	2	3	2	4	3	3	1	2	4	2	2	1	3	1	2	2	2	3	2	4	3	3	1	2	4	2	2	72
9	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	2	1	2	3	3	1	2	3	2	3	3	4	3	2	54
10	2	2	1	1	2	1	1	1	4	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	4	2	2	3	2	2	2	57
11	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	61
12	2	2	2	1	1	1	2	2	4	2	4	2	2	2	2	2	4	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	4	2	4	62
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	40

14	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	3	7
15	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	3	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	4	1
16	2	2	2	1	1	1	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	4	2	2	6	2
17	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	3	4	2	2	3	1	3	3	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	3	4	6	4
18	2	2	2	2	1	1	2	2	5	1	1	4	2	2	3	4	4	2	1	2	2	2	1	1	2	2	5	1	1	4	6	6
19	4	1	2	2	3	2	4	3	3	1	2	4	2	2	1	3	1	2	2	2	3	2	2	3	3	1	2	2	2	2	6	8
20	2	2	1	1	2	1	1	1	4	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	4	2	2	3	2	2	2	5	7
21	2	2	2	1	1	1	2	2	4	2	4	2	2	2	2	2	4	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	4	2	4	6	2
22	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	3	1	1	3	8
23	1	2	1	2	2	2	3	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	4	2	2	2	2	6	2
24	1	2	1	2	2	3	2	3	2	2	4	3	2	2	2	3	3	1	1	2	1	2	2	3	2	3	2	2	4	3	6	7
25	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	3
26	1	1	1	2	4	2	4	3	1	1	2	5	1	1	1	4	4	1	2	2	2	4	2	2	3	2	2	2	3	1	6	6
27	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	2	1	1	1	3	1	2	1	2	1	2	2	3	2	4	4
28	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	6	1

29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	4	2	2	4	2	1	3	2	4 7
30	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	3	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	4 2

ANEXO 13

BASE DE DATOS

VARIABLE: GESTIÓN DE VENTAS

Trabajo. Ítem	NIVEL DE VENTAS										Σ ₁	GASTOS OPERAT.					Σ ₂	UTILIDAD NETA					Σ ₃	Σ _T
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		11	12	13	14	15		16	17	18	19	20		
1	1	2	3	2	2	2	2	3	1	2	20	2	3	2	3	2	12	2	1	2	2	1	8	40
2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	16	1	2	2	2	2	9	2	1	1	1	1	6	31
3	2	2	1	2	3	2	1	2	1	2	18	2	2	3	2	1	10	2	1	1	1	1	6	34
4	2	2	3	1	2	1	2	2	2	2	19	3	2	2	3	2	12	2	2	1	2	1	8	39
5	1	1	1	1	2	2	1	3	4	1	17	2	3	2	1	2	10	2	4	1	2	1	10	37
6	1	2	3	2	2	1	2	2	2	1	18	3	1	3	2	3	12	2	2	1	2	1	8	38
7	2	1	1	2	2	1	1	4	4	2	20	2	2	3	4	2	13	2	4	1	2	1	10	43
8	1	2	2	2	2	3	3	3	3	2	23	2	3	4	2	3	14	2	3	1	2	1	9	46
9	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	14	1	2	2	2	2	9	2	1	1	2	1	7	30
10	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	14	1	2	1	3	2	9	2	1	1	3	1	8	31
11	1	2	2	2	1	2	3	2	2	1	18	1	3	2	1	3	10	2	2	3	2	2	11	39
12	3	1	2	2	2	1	1	2	3	2	19	1	2	2	2	3	10	2	5	1	3	2	13	42
13	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	15	1	2	1	3	2	9	2	1	1	2	1	7	31
14	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	12	1	2	1	2	1	7	2	1	2	3	2	10	29
15	1	1	1	2	2	2	1	1	1	3	15	1	2	2	1	2	8	2	1	1	2	1	7	30
16	1	2	1	2	2	2	1	3	3	3	20	2	1	2	2	3	10	2	4	1	2	1	10	40
17	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	18	1	3	2	3	3	12	2	4	2	3	1	12	42
18	2	3	3	2	2	2	1	2	1	2	20	3	3	2	2	2	12	2	1	1	2	1	7	39
19	2	2	3	1	4	1	3	2	1	3	22	2	3	4	2	2	13	2	1	1	2	1	7	42
20	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	16	2	2	1	2	2	9	2	2	2	2	2	10	35
21	2	2	2	2	1	1	2	2	5	1	20	1	2	2	2	3	10	2	4	2	1	2	11	41
22	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	2	1	1	2	1	7	2	2	1	1	1	7	25
23	2	2	2	1	1	2	2	4	2	2	20	2	2	2	3	1	10	2	2	2	2	1	9	39
24	3	2	2	2	1	2	2	3	2	3	22	1	3	3	2	3	12	2	3	2	2	1	10	44
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	2	1	2	1	7	2	4	2	1	2	11	28
26	1	4	1	4	1	2	1	3	3	1	21	2	3	3	2	2	12	2	1	2	1	1	7	40
27	1	1	1	1	2	1	1	2	3	1	14	1	2	3	1	1	8	2	4	4	1	1	12	34
28	2	1	3	1	3	1	3	1	2	1	18	3	2	2	2	1	10	2	2	1	1	1	7	35
29	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	15	2	1	2	2	2	9	2	3	2	2	2	11	35
30	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	13	2	2	1	2	1	8	2	1	1	1	1	6	27