



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

**Gestión de ventas y la rentabilidad en una empresa acuícola del
distrito de San José de Sisa, San Martín.**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Contador Público

AUTOR:

Sanchez Cueva, Yessica Anali (orcid.org/0000-0002-6519-7030)

ASESOR:

Dr. Diaz Calderon Ricardo Rafael (orcid.org/0000-0002-4901-9322)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHICLAYO – PERÚ

2024

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, DIAZ CALDERON RICARDO RAFAEL, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, asesor de Tesis titulada: "Gestión de Ventas y la Rentabilidad en una Empresa Acuicola del Distrito de San José de Sisa, San Martín.", cuyo autor es SANCHEZ CUEVA YESSICA ANALI, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

CHICLAYO, 21 de Julio del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
DIAZ CALDERON RICARDO RAFAEL DNI: 45738224 ORCID: 0000-0002-4901-9322	Firmado electrónicamente por: RDIAZCAL el 11-08- 2024 16:29:21

Código documento Trilce: TRI - 0826250

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR(ES)



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, SANCHEZ CUEVA YESSICA ANALI estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHICLAYO, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Gestión de Ventas y la Rentabilidad en una Empresa Acuicola del Distrito de San José de Sisa, San Martín.", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
YESSICA ANALI SANCHEZ CUEVA DNI: 47681915 ORCID: 0000-0002-6519-7030	Firmado electrónicamente por: YSANCHEZCU el 21- 07-2024 16:05:12

Código documento Trilce: TRI - 0826249

Dedicatoria

Agradezco a Dios, a mis hijos Jesús y Abel; a mi esposo, mis padres y hermanos por ser mi fortaleza, por brindarme su apoyo incondicional, para poder lograr mí objetivo.

Agradecimiento

Quiero expresar mi agradecimiento al Dr. Díaz Calderón Ricardo Rafael por apoyarme en la elaboración de esta investigación, brindándome sus aprendizajes y enseñanzas en cada clase realizada. No puedo olvidar a mi familia y amigos, quienes siempre me han brindado su apoyo incondicional y comprensión, siendo mi fuente de inspiración para seguir adelante y lograr mis objetivos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
Declaratoria de autenticidad del asesor	ii
Declaratoria de originalidad del autor.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenidos.....	vi
Indice de tablas	vii
Resumen.....	viii
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. METODOLOGÍA	12
III. RESULTADOS.....	18
IV. DISCUSIÓN.....	25
V. CONCLUSIONES.....	30
VI. RECOMENDACIONES.....	31
REFERENCIAS	32
ANEXOS.....	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables gestión de ventas.....	14
Tabla 2: operacionalización de la variable de rentabilidad.....	15
Tabla 3: Relación de juicios de expertos.....	17
Tabla 4. Coeficiente de alfa de Cron Bach del cuestionario gestión de ventas....	19
Tabla 5. Prueba de normalidad.....	20
Tabla 6. Determinar el nivel de la gestión de ventas de una empresa.....	21
Tabla 7. Analizar la rentabilidad.....	22
Tabla 8. Relación de las dimensiones de las variables.....	23
Tabla 9. Relación entre la gestión de ventas y la rentabilidad.....	25

RESUMEN

La presente investigación contribuyó al Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 8, Trabajo decente y crecimiento económico. El objetivo principal fue determinar la relación entre la gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín. El estudio fue de tipo aplicada con un diseño no experimental y enfoque cuantitativo, se utilizaron encuestas para recolectar datos de una población de 20 colaboradores y un análisis documental. Los resultados evidenciaron que existe relación significativa y positiva alta ($r=0.720$, $p<0.001$) basada en el coeficiente de correlación de Pearson esto indica que a medida que mejora la gestión de ventas, también aumenta la rentabilidad. Se concluye para aumentar la rentabilidad, es crucial que la empresa mejore sus estrategias de gestión de ventas con una planificación efectiva, una organización adecuada y un control riguroso. Además, se recomienda capacitar continuamente al personal en técnicas de ventas y atención al cliente. Estas mejoras son fundamentales para lograr estabilidad financiera y un crecimiento sostenible.

Palabras clave: gestión de ventas, rentabilidad económica, rentabilidad financiera

ABSTRACT

This research contributes to Sustainable Development Goal (SDG) 8, Decent work and economic growth. The main objective is to determine the relationship between sales management and profitability of an Aquaculture company in the district of San José de Sisa, San Martín. The study is of an applied type with a non-experimental design and quantitative approach, using surveys to collect data from a population of 20 collaborators and a documentary analysis. The results show that there is a significant relationship between the variables because the value reached by the Sig. is 0.00 in which it is less than 0.05, so there is a high positive relationship of 0.720. It is concluded to increase the profitability, it is crucial that the company improves its sales management strategies with effective planning, proper organization and rigorous control. In addition, it is recommended to continually train staff in sales and customer service techniques. These improvements are essential to achieve financial stability and sustainable growth.

Keywords: sales management, economic profitability, financial profitability

I. INTRODUCCIÓN

Ahora, las compañías que proporcionan productos o servicios han experimentado un aumento en el mercado en el entorno empresarial contemporáneo. Por consiguiente, resulta fundamental optimizar la gestión de ventas (GV) para mantener la competitividad en actividades comerciales y elevar los niveles de rentabilidad. Bullemore y Cristóbal (2021), destacan la importancia de anticipar tendencias en los canales de venta para una gestión efectiva. No considerar la rentabilidad puede tener consecuencias negativas significativas para una empresa. Por lo tanto, es crucial reconocer que las empresas más rentables son las que prosperan debido a su capacidad para generar beneficios (Caiza et al. 2020).

En ámbito internacional, Mora et al. (2022), manifiestan en un estudio en Ecuador en la empresa parque de la Paz, Satélite Babahoyo, La empresa de productos conmemorativos enfrenta desafíos en la gestión y ventas debido a problemas pasados en la administración y finanzas. La rentabilidad actual está por debajo de las metas debido a dificultades en la administración del personal en ventas por falta de motivación y compromiso de empleados. Además, aún no han desarrollado estrategias efectivas para competir con otras áreas de la organización.

A nivel internacional, el trabajo de Forster et al. (2021), merece ser mencionado, ya que llevaron a cabo una investigación en Ostwestfalen-lippe, Alemania. El problema es la capacidad de las PYMES para integrar efectivamente la transformación digital en su estrategia de negocio, abordando tanto los desafíos generales como los específicos de su sector, con el propósito de optimizar su GV de y, en consecuencia, su rentabilidad.

En el ámbito nacional Cieza y Gonzales (2022), en su investigación en una empresa metalmecánica, Según se indica, Los problemas comienzan en las operaciones y la logística debido a la ausencia de un proceso establecido para prestar servicios y a la falta de conocimiento sobre los materiales utilizados. Para solucionar, se ha implementado la gestión de procesos, que implica establecer metas para supervisar todas las actividades de la empresa.

Asimismo, a nivel nacional, Barrutia et ál. (2021), indican que, debido al impacto de la pandemia, muchas microempresas, especialmente las del sector comercio,

fueron las más afectadas en su comportamiento económico y obligadas a regresar, lo que tiende a reducir sus ventas y afectar su rentabilidad.

En un contexto regional, Chilón (2020), investigó sobre las MYPES en Chota. La mortalidad empresarial, que implica el cierre o la salida de una empresa del sector formal de la economía, Este fenómeno suele estar vinculado con la reducción de los márgenes de beneficio, rendimientos financieros negativos o bajos, donde los ingresos a veces apenas alcanzan para cubrir los costos y gastos. La investigación resalta que varios factores ponen en peligro la rentabilidad y la supervivencia de las empresas, tanto factores internos y externos relacionados con los emprendedores dentro de la organización.

La entidad en análisis es del ámbito local, es una empresa acuícola, se ubica en la región de San Martín, El Dorado, San José de Sisa, dedicada a la producción, crianza y comercialización de peces de agua dulce, con más de 7 años en esta actividad, cuenta con 20 trabajadores. Con un área de 20 hectáreas terreno distribuido en poza y oficina, la cual está presentando variaciones en las ventas del último año, la cual se debe a una ineficiente gestión de ventas y por ende su baja rentabilidad, es por ello que se realizó la investigación en dicha empresa.

Las posibles causas de este problema incluyen la escasa rentabilidad de estas empresas, la falta de una planificación económica y financiera que obstaculiza la implementación de procesos apropiados para una gestión efectiva. Además, la falta de una gestión de ventas afectará la eficiencia operativa, la elaboración de decisiones necesarias y el desempeño financiero de la empresa. La falta de datos empíricos y análisis detallado limitará el contenido de la entidad para renovar y ajustarse a un medio competitivo y en constante cambio, según (Cristóbal et al, 2024).

Si el problema no es investigado, una gestión deficiente de ventas puede tener varias consecuencias negativas para una empresa, incluida la reducción de la ganancia potencial y una organización inadecuada que resulta en una disminución de las ventas y pérdidas económicas significativas Mora et al. (2022), Por consiguiente, el propósito de esta investigación es el impacto de una gestión específica en Optimización del proceso de ventas con el objetivo de incrementar la rentabilidad. En

el contexto de la GV, se enfatiza que es importante y beneficioso para una empresa conocer a sus clientes, sus patrones de compra y su contribución a las ventas totales, siempre y cuando se esfuerce por una gestión de ventas efectiva y centrada en el cliente (Vélez, 2020).

Asimismo la Organización de las Naciones Unidas (ONU,2021) tiene como iniciativa a un desarrollo económico sostenible, donde sociedades deben crear las condiciones que permitan a las personas acceder a trabajos de calidad, impulsar la economía sin perjudicar el medio ambiente y asegurar oportunidades laborales para todos, con condiciones laborales dignas.es por ello que la investigación realizada está relacionada a la ODS 8:Trabajo Decente y Crecimiento Económico, ya que la GV y la rentabilidad de una empresa acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martin pueden conducir a prácticas empresariales más sostenibles y a la optimización de los recursos, reduciendo el desperdicio e incrementando la eficacia en la utilización de los recursos naturales.

De esta manera surgió la formulación del problema: ¿Cuál es la relación entre gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martin?

La justificación de este trabajo se basó en la conveniencia de su realización, ya que ayudó a la empresa a evaluar su GV con el objetivo de incrementar la lucratividad dentro del sector de acuicultura, Además, a nivel social, busca sensibilizar a otras empresas del mismo sector sobre la calidad de una GV efectiva para aumentar el beneficio. Desde el punto de vista práctico y de desarrollo, este estudio permitió entender la relación entre la GV y la mejora de la rentabilidad, indicando que las mejoras adecuadas relacionadas con las variables relevantes. En términos teóricos, este trabajo proporcionó un sólido respaldo conceptual que mejorará la comprensión teórica y contribuirá al conocimiento académico de las variables estudiadas. Desde una perspectiva metodológica, se utilizó técnicas de estudio para obtener información confiable y dar a conocer la necesidad existente en este ámbito.

Según lo establecido, el objetivo general del estudio fue: Determinar la relación entre la gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de

San José de Sisa, San Martín. Los objetivos específicos fueron: I) determinar el nivel de la gestión de ventas de una empresa Acuícola en el Distrito de San José de Sisa, San Martín. II) Analizar la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín. III) Determinar la relación de las dimensiones de la gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín.

Referente a las variables de estudio encontramos Arteaga y Molina (2022), indican que es crucial examinar la gestión de las ventas y la rentabilidad dentro de una organización esto lo encontramos en su artículo científico indexado y así como ellos ubicamos más información en Scopus, Scielo y Sciece a nivel nacional e internacional.

En contexto internacional, Rebelo et al. (2021), su presente artículo lo realizó con la intención de perfeccionar la atención postventa en la empresa Letvian en Portugal, con el fin de mejorar, se empleó la metodología de investigación de acción con un enfoque cuantitativo para estudiar tanto, el deleite del cliente como su impacto en la rentabilidad., involucrando encuestas a 100 clientes importantes a nivel mundial, de los cuales se contactó a 64, y el 50% respondió. Los resultados mostraron que los clientes no estaban extremadamente satisfechos ni insatisfechos en general, pero un porcentaje consideró los precios elevados. Además, se observaron variaciones en la evaluación de los plazos de entrega en diferentes regiones. En conclusión, se recomendó implementar mejoras, como la actualización de sistemas ERP y la estandarización de precios, para aumentar la rentabilidad, basándose en los datos recopilados en este estudio.

Arteaga y Molina (2022), en su artículo científico, se presenta un estudio realizado en Ecuador que analiza cómo la GV impacta la rentabilidad en el concesionario Metrocar. Se empleó un enfoque descriptivo sin experimental y se recolectaron datos mediante un cuestionario administrado a 30 ejecutivos de ventas de la empresa a nivel nacional. Adicionalmente, se examinaron los estados financieros de Metrocar correspondientes a los años 2020 y 2021. Los hallazgos principales muestran que Metrocar planifica sus ventas utilizando comparativas de cumplimiento. Finalmente, se dedujo que, aunque la empresa logró incrementar sus ventas y alcanzó

sus metas establecidas, los gastos operativos fueron elevados, lo cual afectó la utilidad neta, que se registró como 0%.

En ese sentido, Darmawan et al. (2021), en su estudio de investigación científica llevado a cabo en Indonesia, el objetivo principal fue comparar el desempeño financiero de las empresas durante el periodo de la pandemia con los dos años anteriores a esta crisis. Se adoptó un enfoque cuantitativo con un diseño descriptivo, abarcando una población de 27 empresas y extrayendo una muestra de 9 de ellas. El análisis documental se empleó como la herramienta de investigación. Los resultados principales del estudio señalaron que la pandemia del COVID-19 no tuvo un efecto significativo en la lucratividad de las entidades vinculadas a la agricultura y la ganadería. Esto se evidenció en la variabilidad anual de las situaciones de beneficios y rentabilidad de estas entidades. Se concluyó que, durante el primer y segundo trimestre de 2020, la mayoría de las empresas agropecuarias experimentaron un aumento en sus ventas en comparación con el año anterior.

Sánchez et al. (2021), en su artículo sobre "Impacto de la gestión empresarial en las estrategias planificadas por las medianas empresas en Ecuador", En este estudio se examina cómo las medianas empresas del país mencionado tienen una organización efectiva en sus procedimientos de administración, aunque enfrentan desafíos en su implementación. El estudio investiga el efecto de la administración empresarial en las estrategias planificadas de estas empresas, examinando sus procesos empresariales y estratégicos, así como la relación con la gestión en los niveles directivo, ejecutivo, administrativo y operativo. La investigación tiene un enfoque descriptivo y aplicado, centrado en mejorar los componentes del proceso estratégico mediante propuestas específicas de gestión. Se utilizó un diseño transeccional-correlacional con un enfoque explicativo. Se aplicó una encuesta tipo Likert a 540 empleados. Las variables principales estudiadas fueron la gestión empresarial y la planificación estratégica. Los hallazgos destacan que la gestión empresarial tiene una influencia significativa en la planificación, ejecución y evaluación de los ciclos estratégicos dentro de estas empresas medianas.

A nivel nacional, Aguilar & Chiroque (2023), en su tesis realizada en Jaén se centró en diseñar propuestas de gestión en el proceso de compraventa para aumentar

los beneficios de los agentes inmobiliarios en 2022. Se manejó el método mixto que combinó elementos de diseño no experimental y aplicado. Después de encuestar a 30 empleados sobre el control del ciclo de ventas, se encontró que había un control deficiente, con una tasa del 40%, que era la norma. El análisis documental reveló que la empresa no había logrado controlar las variables de rentabilidad en las ventas entre 2020 y 2022. En la entrevista con la gerencia se obtuvo como resultado la falta de políticas de planificación, organización y gestión en los últimos años, así como la ausencia de una estrategia para el ciclo de ventas. Concluye, el estudio resalta la necesidad de que las empresas inmobiliarias mejoren sus enfoques de administración en el procedimiento de ventas mediante la ejecución de propuestas para una administración eficiente de recursos, planificación adecuada y organización, con el objetivo de aumentar significativamente el beneficio.

Cristóbal et al. (2023), la investigación titulada 'GV para aumentar la rentabilidad en las organizaciones modernas que buscan maximizar sus ganancias se destaca en el estudio sobre la Administración de ventas y percepción de los beneficios en un centro de llamadas (Lima-Perú)'. Este trabajo se centró en examinar cómo la GV influye en la percepción de los beneficios en un centro de llamadas ubicado en Lima, Perú, durante el año 2023. Para un análisis detallado, se dividió la gestión de ventas en predicción, planificación y control, mientras que la percepción de rentabilidad se evaluó en términos económicos y financieros. El enfoque metodológico adoptado fue cuantitativo, utilizando un diseño no experimental de tipo transeccional-correlacional. Un total de 83 asesores del área de ventas completaron una encuesta tipo Likert que constaba de 24 ítems. Los resultados revelaron una relación directa, fuerte y significativa entre la GV y la percepción de rentabilidad, evidenciada por un coeficiente de correlación de Rh de 0.775.

Avalos & Chávez (2022), en su estudio sobre la administración de ventas y rentabilidad en Grambs Corporación Gráfica SAC, ubicada en Villa El Salvador, Lima (Perú), Lima investigó el impacto del sector de impresión tras la pandemia, que afectó a todos los proveedores de materiales, insumos y maquinaria debido a las restricciones gubernamentales por la COVID-19. El objetivo fue examinar la conexión entre la GV y la rentabilidad en Grambs Corporación Gráfica, que enfrenta desafíos debido a la falta

de una fuerza de ventas bien organizada y resultados subóptimos. Este estudio, de diseño correlacional y transversal no experimental, incluyó una muestra de 35 empleados de la empresa. Se emplearon encuestas y cuestionarios validados por tres expertos como métodos de recolección de datos. La prueba de correlación de Spearman mostró un coeficiente de 0.502, señalando una relación positiva significativa entre la GV y la rentabilidad. Los descubrimientos subrayaron la importancia crítica de estas variables en el entorno empresarial actual, contribuyendo a la capacidad de la empresa para mantener su competitividad en el mercado.

Chávez y Chuman (2023), en su investigación sobre la GV y su impacto en la rentabilidad de una ferretería en Chiclayo se exploró cómo las estrategias de ventas influyen los resultados financieros durante el año 2022. Este estudio de investigación básica, sin componente experimental, involucró a 6 colaboradores y utilizó cuestionarios, guías de entrevistas y análisis documental, demostrando alta fiabilidad con un coeficiente Alfa de Cronbach de 0.90. Los resultados indicaron que la eficacia en la GV es fundamental para la rentabilidad del negocio. Se observó una caída en los ingresos durante el segundo semestre de 2022, atribuida a la falta de fortalecimiento en aspectos clave de ventas. Se concluyó que una gestión deficiente tuvo un impacto negativo en la rentabilidad, así como en el posicionamiento de mercado y la captación de clientes. Además, se identificó que la empresa no actualizó sus plataformas de redes sociales ni mejoró el servicio de entrega, afectando la relación con la clientela.

Conceptualizando la primera variable de GV tenemos a, Schrock et al. (2021) la GV alude comprender y abordar las dinámicas de motivación, liderazgo y relaciones entre vendedores y gerentes de ventas para mejorar el rendimiento y los resultados en ventas.

Por otro lado, Chaker et al. (2024) la GV internacionales como el proceso de organizar y dirigir eficazmente los esfuerzos de ventas en un contexto global, la gestión de ventas se ha centrado en el mercado interno, lo que limita su relevancia para situaciones donde las actividades de ventas ocurren.

Finalmente, Asilo et al. (2023) GV eficiente influía positivamente en la rentabilidad de las organizaciones.

Dentro de la variable de GV, Según (Asencio et al. 2018, como se cita en Aguilar & Chiroque, 2023), de acuerdo con su investigación en la revista El Centro de Información y Gestión Tecnológica de Holguín, Cuba aborda la GV abarcando la planificación, organización y control de las mismas ,las cuales se consideraron en nuestro estudio a si mismo cada dimensión cuenta con tres indicadores respectivamente para la primera como es planificación de ventas sus indicadores son metas y objetivos, estrategias y pronóstico de ventas, para segunda dimensión organización de ventas sus indicadores son selección, capacitación de personal y evaluación y para la tercera dimensión control de ventas sus indicadores son supervisión de procesos, volumen de ventas y seguimiento de los procesos. Conceptualizando las dimensiones.

La planificación de ventas, para Uhlich & Kieckhafer (2024), la planificación de ventas cuenta diversos factores como el volumen de producción, la logística y la necesidad del mercado. Así cómo diferentes estrategias de ventas, incluyendo la selección de modelos, variantes y opciones de equipamiento con márgenes de contribución comparables, para asegurar la rentabilidad. Mientras Shcherbyna et al. (2023), la planificación de ventas es trascendental para el triunfo empresarial, especialmente en mercados fluctuantes. Donde se debe de tomar decisiones estratégicas de marketing en ventas y busca mejorar la estrategia de ventas mediante ajustes en la estructura y funciones del departamento correspondiente.

Organización de ventas, para Micallef et al. (2024), organización de ventas se relata a un grupo estructurado de personas, categorías y recursos dedicados a la administración y realización de funciones de ventas, incluyendo la interacción con clientes, la divulgación de bienes o servicios, y la maximización de las oportunidades comerciales. Por otra parte, para Kusuma et al. (2024), indican que organización de ventas se refiere a la estructura interna de una organización que se encomendar de la administración y ejecución de las actividades relacionadas con las ventas.

Control de ventas, Para Mojin (2024), el control de ventas implica una serie de prácticas y sistemas destinados a gestionar e incrementar la eficacia de las ventas dentro de una empresa. Asimismo, en tanto, Tienken et al. (2023), control de ventas se refiere a los sistemas y mecanismos que las empresas implementan para supervisar

y gestionar la actividad de ventas

Ahora conceptualizaremos a la segunda variable Según Shi (2021), nos indica que la rentabilidad se define como la aptitud de la empresa para alcanzar utilidades, generalmente determinada por la suma y el valor de los ingresos generados por la empresa en un determinado cierre del ejercicio.

Para Hedija & Kuncová (2021), indicó que, la tasa de rentabilidad se deriva de los datos de los estados financieros, permitiendo así evaluar la eficiencia de las actividades de la organización. Además, estos índices ayudan a medir la eficiencia de los recursos aportados por los accionistas.

Finalmente, se describe como un indicador que permite a los bancos adquirir fondos de terceros. Al mismo tiempo, constituye un objetivo fundamental para cualquier ente económico que busque evaluar el rendimiento de sus inversiones después de llevar a cabo diversas actividades durante un período específico. Este indicador muestra la habilidad de la empresa para emplear eficazmente sus recursos y generar beneficios (Hasmiana, 2022).

En relación a la segunda variable de rentabilidad, nos hemos basado en Arteaga y Molina, (2022), Administración de ventas y su efecto en la rentabilidad del concesionario Metrocar, dónde considera tal dimensión: rentabilidad económica, y rentabilidad financiera. Tomándose así, como dimensiones para nuestro estudio.

La primera dimensión se refiere a la "Rentabilidad económica" (RE). Según Arteaga y Molina (2022), Se relaciona con una definición de resultados esperados o conocidos y con la totalidad del capital económico utilizado para adquirir sin importar su origen o financiamiento. Desde una perspectiva económica, representa un expectativa retorno producido por una inversión de un ente económico. Además, se consideró los indicadores como la "Rentabilidad bruta", que se determina dividiendo la ganancia bruta entre las ventas totales, y la "Rentabilidad operativa", que es igual a los resultados económicos obtenidos antes de deducir impuestos y participaciones correspondientes.

La segunda dimensión se enfoca en la "Rentabilidad financiera"(RF), según Huamán y Guardamino (2020), La rentabilidad financiera es la capacidad de una empresa para obtener ganancias a partir de su inversión y estructura financiera. En

este contexto, se evalúan métricas como la "Rentabilidad neta", al dividir el beneficio neto por el total de ventas, y la "Rentabilidad de inversión", que se calcula al hacer el cociente entre la utilidad neta y el capital invertido.

Este trabajo se sustenta en las teorías de (Modigliani & Miller 1958, como se citó en Solano et al., 2021), la teoría moderna de la estructura de capital plantea en primer lugar, el valor de la empresa se fundamenta en su capacidad para generar ingresos a partir de sus activos, sin importar cómo se financien. Segunda proposición, se demuestra que a medida que una empresa se endeuda más, la rentabilidad esperada de sus acciones aumenta. En la tercera proposición, se argumenta que las decisiones de inversión no deben depender de la financiación. Esto significa que los accionistas pueden tomar decisiones erróneas, como asumir riesgos excesivos, invertir de manera insuficiente o pagar dividendos en momentos de dificultades financieras, sin necesariamente maximizar el valor de la empresa.

Seguidamente tenemos a (Jensen & Meckling 1976, como se citó Rivas & Alexis, 2020), en su teoría de la agencia, se destaca Los incentivos, como las opciones sobre acciones y las bonificaciones, deben estar vinculados directamente a la importancia de las decisiones de gestión para los intereses de los accionistas. El control se logra mediante el monitoreo de los agentes, revisiones periódicas de las bonificaciones, auditorías de estados financieros y la restricción de las decisiones de gestión. Estos controles conllevan a costos.

Finalmente mencionamos a (Myers & Majluf 1984, como se citó Solano et al, 2021) con su "Teoría de la Jerarquía" o "Pecking Order", en esta teoría se recomienda el uso de modelos que consideren la asimetría de información y en los cuales la dirección de la empresa proteja los intereses de los accionistas actuales. Sin embargo, si se requiere financiamiento adicional para dichas inversiones, una ampliación de capital podría afectar negativamente la rentabilidad de los accionistas debido a la percepción negativa en el mercado en situaciones de información asimétrica.

Respecto al contexto jurídico de la primera variable, que es la gestión de ventas, mencionamos a la Norma ISO 9001:2015 es un estándar de gestión de calidad y proporciona beneficios significativos para la industria de ventas. Ayuda a las empresas a identificar y corregir errores, es crucial para mantener y atraer clientes y mejorar el

rendimiento general del negocio (ISO, 2021).

Respecto al marco legal de la segunda variable rentabilidad mencionamos a La NIIF 9: El propósito de esta regulación es fijar pautas que rigen la presentación de información financiera concerniente a activos y pasivos financieros, y así los usuarios tengan informes financieros con información valiosa y relevante para analizar los futuros movimientos de efectivo y de equivalente de efectivo de una empresa. (Ministerio de Economía y Finanzas [MEF], 2021).

Como hipótesis general del presente estudio fue la siguiente: H_1 : Existe relación significativa entre la gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín, y como hipótesis nula fue: H_0 : no existe relación significativa entre la gestión de ventas y la rentabilidad de la empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín.

II. METODOLOGÍA

El tipo de investigación en este estudio se consideró una investigación aplicada y de acuerdo con el Manual Oslo de la organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2022), indica que dicha investigación consiste en el objetivo de utilizar evidencia científica para determinar soluciones (técnicas, métodos, tecnologías) dirigidas a atender necesidades específicas que han sido identificadas.

Por otro lado, tuvo un enfoque cuantitativo, según Reyes et al. (2020), Una investigación cuantitativa se refiere a un enfoque metodológico que utiliza técnicas estadísticas, matemáticas o computacionales para recoger y analizar datos numéricos. Este tipo de investigación se centra en medir variables y formular hipótesis basadas en datos cuantificables, con el objetivo de establecer patrones, relaciones y generalizaciones a partir de muestras representativas.

En cuanto al diseño de investigación, se consideró, la investigación no experimental. Según Pilco (2022), dicha indagación es llamada así ya que incluye estudios de caso, encuestas de opinión pública, investigaciones correlacionales sobre factores que afectan a una población, estudios longitudinales de seguimiento, revisiones bibliográficas y análisis de contenido.

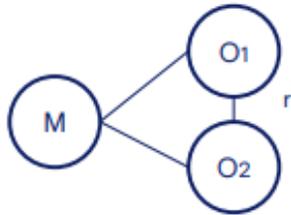
Además, se trabajó con un estudio longitudinal. Según Arrascue et al. (2021), un estudio longitudinal implica recopilar datos en múltiples ocasiones a lo largo del tiempo de los mismos individuos o grupos, lo que facilita la observación y análisis de cambios, desarrollos y posibles relaciones de causa y efecto en variables a lo largo de su evolución temporal.

Por otro lado Guevara et al. (2020), indica que una investigación descriptiva tiene como objetivo ofrecer una descripción minuciosa y ordenada de fenómenos particulares, empleando métodos que permitan comprender su estructura y funcionamiento sin recurrir a experimentos que los manipulen. Debido a ello se consideró dicha investigación descriptiva en el presente estudio.

Seguidamente se consideró el enfoque correlacional ya que busca establecer la intensidad de la relación o conexión que se revela en dos o más categorías, conceptos o variables dentro de un entorno específico. Además, se encarga de examinar cómo estas variables se agrupan entre sí y procede luego a cuantificar y

analizar esta relación. (Ramos, 2020).

Esquema del trabajo



Donde:

M: Muestra son los trabajadores de las empresas acuícola del distrito de san José de sisa.

Obs. 1: gestión de ventas.

Obs. 2: rentabilidad.

r: vínculo entre las variables observadas.

En su definición conceptual, la gestión de ventas, según Goyes (2020), menciona que, GV componente esencial para el incremento de las utilidades en cualquier empresa. Sin embargo, en ausencia de un equipo debidamente instruido, preparado y motivado, la promoción de productos y brindar asistencia al cliente de excelencia se vuelven obstáculos insuperables, lo que podría resultar en pérdidas económicas para la compañía.

En cuanto a su definición operacional de la gestión de ventas, se consideraron las 3 dimensiones junto con sus respectivos tres indicadores cada una. Para llevar a cabo esta medición, se utilizará la encuesta (cuestionario) como técnica, con 15 ítems, asimismo será mediante la escala ordinal tipo Likert.

Tabla 1

Operacionalización de la variable 1: Gestión de ventas

Variable	Dimensiones	Indicador	Técnica	Nivel de escala
Gestión de ventas		Metas y objetivos		
	Planificación de ventas	Estrategias Pronóstico de ventas		
	Organización de ventas	Selección Capacitación personal Evaluación Supervisión de procesos	Encuesta	Ordinal
	Control de ventas	Volumen de ventas Seguimiento de procesos		

Nota: Elaboración propia

Para la segunda variable, en cuanto a su definición conceptual, es aquella que representa las utilidades obtenidas por la empresa, lo que le permite valorar su capacidad para generar ingresos y gestionar el financiamiento de sus operaciones en el marco del análisis financiero. (Aguirre et al, 2020).

En cuanto a su definición operacional, para analizar la rentabilidad se consideraron dos aspectos, cada uno con dos indicadores respectivos. Se usó la técnica de análisis documental junto con la escala de la razón, además de un cuestionario de 10 ítems utilizando la escala de Likert como instrumento.

. Tabla 2

Operacionalización de la variable 2: Rentabilidad

Variable	Dimensiones	Indicador	Técnica	Nivel de escala
Rentabilidad	Rentabilidad económica	Rentabilidad bruta		Razón/ordinal
		Rentabilidad operativa	Análisis documental	
	Rentabilidad financiera	Rentabilidad neta	Cuestionario	
		Rentabilidad de inversión		

Nota: Elaboración propia

En el caso de la población, según Arias (2020), se pueden utilizar sujetos, infraestructura, equipos, herramientas e incluso materiales audiovisuales como poblaciones de investigación. Esta técnica no permite a los investigadores ampliar el tiempo de estudio de los humanos, por ende, se debe tener claro y seguro al momento de elegir el tipo de población. Por ello en la presente investigación se contó con 20 colaboradores de una empresa acuícola en el Distrito de Sisa, San Martín, asimismo, adicionalmente se analizó los estados financieros del ente económico.

Los Criterios de inclusión, fueron todos los coparticipes de la empresa acuícola, mientras que, para los Criterios de exclusión, fueron la personas que no formen parte de la empresa acuícola.

La muestra, según Quispe et al. (2020) Afirmaron que, dado que la muestra es representativa de la población, es apropiado utilizar un instrumento de recolección de datos para ella. En esta investigación se consideró como muestra a la misma cantidad que la población, siendo los 20 coparticipes en la empresa acuícola en sisa, San Martín.

Para el muestreo se optó por un método de muestreo no probabilístico conveniente. Según Hernández (2021), este tipo de muestra se elige según la

conveniencia del investigador, permitiéndole decidir de manera libre y arbitraria el número de participantes que serán incluidos en el estudio.

Además, se realizó una muestra censal según Caminotti & Toppi (2020), Debido a que la población es pequeña, la muestra censal es una representación de esta población. La unidad de análisis, fueron los colaboradores de la empresa.

La técnica que se optó en dicho estudio fue una encuesta y análisis documental y según Moya et al. (2022), afirman que la encuesta es un método utilizado para recabar información con el fin de obtener datos relacionados con un tema particular. Por otro lado, Arias (2020 b), menciona que la investigación documental es un proceso de confirmación usado para obtener información acerca del contenido de documentos. En este contexto, el documento actúa como la principal fuente de conocimiento.

Para el instrumento de recolección de datos de este estudio se empleó como herramienta un cuestionario, Olsson et al. (2020), ya que se considera la opción más convencional para recopilar datos. Indica que el instrumento utilizado es un cuestionario que abarca todos los aspectos del concepto de competencia en acción para la sostenibilidad. El concepto de competencia en acción con miras a la sostenibilidad. Se analiza la validez de los ítems y las escalas en cuanto a su contenido. Asimismo, la guía de análisis documental proporciona una estructura y lineamientos metodológicos que ayudan a los investigadores, gestores de información o profesionales a realizar un análisis sistemático y efectivo de documentos para obtener datos significativos y tomar decisiones informadas (Martínez et al,2023).

Para garantizar la validez y la fiabilidad del instrumento empleado en la recolección de datos, se procedió a validar por tres expertos en la carrera profesional de contabilidad, específicamente para las variables de "Gestión de ventas" y "Rentabilidad". También, se utilizó la calculadora V-Aiken para evaluar los criterios de claridad, coherencia y relevancia, obteniendo una calificación fuerte en una escala de 15 ítems y 10 ítems respectivamente.

Tabla 03

Relación de juicios de expertos

Instrumento	Expertos	Grado académico
Cuestionario – variable	Experto 1	Magíster
Gestión de ventas y	Experto 2	Magíster
Rentabilidad	Experto 3	Magíster

Nota: Elaboración Propia

El procedimiento para recopilar datos sobre la gestión de ventas, se empleó la técnica de encuesta utilizando un cuestionario como instrumento. Este método permitió determinar si la empresa está gestionando adecuadamente sus ventas o en caso contrario, se identificó las áreas de mejora en este aspecto. Además, se utilizó un cuestionario y una guía de análisis documental para evaluar la rentabilidad de la empresa Acuícola.

En cuanto al método de análisis de la data se utilizó las herramientas SPSS, hojas de trabajo de Microsoft Excel, debido a que, la muestra fue de 20 colaboradores.

Para los aspectos éticos en el artículo 1 tiene como imparcial causar la vergüenza científica de las investigaciones Acciones realizadas en la Universidad César Vallejo y empuñar la devoción de altos estándares de rigor. Esto se hace para jurar la destreza de los descubrimientos científicos y liderar los derechos, la comodidad y el feudo inmaterial de los participantes en la investigación.

Además, el Capítulo V sobre Errores Éticos en la Investigación enfatiza que los datos obtenidos en la investigación deben ser verdaderos y confiables. Los datos de los resultados de la validación y la presentación paso a paso se destacan para evitar sesgos en los datos.

En definitiva, como se estableció en el artículo 19 de los Procedimientos Administrativos, cualquier miembro de la comunidad universitaria o cualquier persona con una preocupación legítima pueden presentar una acusación sobre faltas éticas en la investigación antes, durante o después de la realización de la investigación. Una reclamación. Deberá realizarse mediante correo electrónico al Vicerrector de Investigación de acuerdo con el Código Ético de la Universidad.

III. RESULTADOS

El estudio titulado "Gestión de Ventas y Rentabilidad en una Empresa Acuícola del Distrito de San José de Sisa, San Martín" utilizó un enfoque de investigación aplicada de nivel descriptivo para examinar la conexión entre la GV y su impacto en la rentabilidad de la empresa acuícola. A continuación, se exponen los resultados derivados del análisis de datos recolectados mediante métodos específicos de recopilación.

Confiabilidad: Con el fin de avalar la certeza de los instrumentos utilizados, se sometieron a la estimación de profesionales en el campo. Y debido a ellos se realizó una muestra de 20 encuestas que consta de 15 ítems y 20 encuestas de 10 ítems donde se validó con el coeficiente de Cronbach para el instrumento del cuestionario donde obtuvo los siguientes resultados.

Tabla 04

Coeficiente de Alfa de Cron Bach del cuestionario gestión de ventas

Instrumento	Alfa de Cronbach	Nivel de confiabilidad
Gestión de ventas	0.9351	Bueno
Rentabilidad	0.8895	Bueno

Nota: Elaboración propia

Interpretación:

En tabla 04 el Alfa de Cronbach de 0.9351 indica que el cuestionario sobre la GV tiene una alta consistencia interna y es una herramienta confiable para medir el constructo que estás evaluando ya que este valor está bastante cerca de 1, lo cual sugiere una consistencia muy alta entre las respuestas de los ítems del cuestionario. En términos generales, un valor superior a 0.7 se considera aceptable y por encima de, asimismo se aplicó el Alfa de Cronbach de 0.8895 para el cuestionario de rentabilidad indica que el instrumento tiene una buena consistencia interna y es confiable para medir el constructor de rentabilidad en el contexto para el cual fue diseñado es decir Este valor está cerca de 0.9, lo cual sugiere una consistencia interna muy buena entre las preguntas o ítems que componen el cuestionario sobre rentabilidad.

Tabla 05**Prueba de normalidad**

	Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de ventas	0.142	20	,200	0.972	20	0.792
Rentabilidad	0.194	20	0.046	0.946	20	0.317

Nota: elaborado en la base de datos SPSS v26

Interpretación:

En la tabla n°05 obtenidos de la prueba de normalidad, observamos dos tipos; de muestra Kolmogórov-Smirnov y Shapiro Wilk, cabe resaltar que para este estudio no usaremos Kolmogórov-Smirnov debido al tamaño de muestra que puede no ser tan precisa y puede ser limitado en estos casos tal como observamos según los resultados. En cuanto al valor estadístico para la variable de gestión de ventas, muestra un valor de 0.142 con una significancia 0.200 y para segunda variable que es la rentabilidad, nos muestra un valor estadístico de 0.194 con significancia de 0.046. Es por ello que trabajaremos la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, dado que el tamaño de la muestra es 20 y se busca garantizar que los datos para análisis posteriores, la elección de Shapiro-Wilk es coherente con los estándares estadísticos y las mejores prácticas en la investigación así como lo observamos en el valor estadístico en la variable GV, ya que contiene un valor estadístico de 0.972 con significancia de 0.792 y para la variable de rentabilidad muestra un valor estadístico de 9.46 con significancia de 0.317. Es por ello, que se ha decidido trabajar con Shapiro Wilk, tal como indica Gandica (2020), que la prueba de normalidad de Shapiro -Wilk se utiliza cuando se trabaja con una población pequeña y su coeficiente es mayor a 0.05 así mismo se utiliza una relación sólida entre la variable independiente y la dependiente.

Objetivo específico 1: Determinar el nivel de la gestión de ventas de una empresa Acuícola en el Distrito de San José de Sisa, San Martin.

Variable: Gestión en el proceso de ventas

Tabla 06

Determinar el nivel de la gestión de ventas de una empresa.

		Variable	
Niveles		Gestión de ventas	
		N	%
Alto		0	0%
Medio		18	90%
Bajo		2	10%
Total		20	100,0%

Nota. Elaboración propia. Los datos provienen de la encuesta aplicada.

Interpretación

En la Tabla 6 se aprecia los resultados de los niveles en relación a la variable GV en la empresa acuícola, donde se evidencia que el 90% de los participantes sostiene que tiene un nivel medio y el 10% de encuestados indican a la GV a un nivel bajo, dando a entender que se carece de una eficiente GV, concluyéndose así, que es de vital importancia implementar estrategias para mejorar significativamente la gestión de ventas en la empresa, con el fin de fortalecer el rendimiento del equipo y aumentando las tasas de conversión y retención de clientes en la empresa acuícola.

Objetivo específico 2: Analizar la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín.

Tabla 07*Analizar Ratios de Rentabilidad*

Indicadores	Periodo	2020	Var %	2021	Var %	2022
Rentabilidad bruta	RB= Utilidad bruta/total ventas	<u>402,980</u> 1,269,886		<u>1,020,222</u> 2,760,519		<u>499,658</u> 2,639,388.0
Resultados		0.31733	5%	0.36957	-18%	0.18931
Rentabilidad operativa	RO=Utilidad antes del impuesto/total ventas	<u>200,845</u> 1,296,886		<u>631,565</u> 2,760,519		<u>200,755.63</u> 2,639,388.
Resultados		0.15486	8%	0.22878	-15%	0.07606
Rentabilidad neta	RN=Utilidad neta/total activo	<u>200,893.50</u> 539,959.90		<u>568,408</u> 1,179,479		<u>200,755.63</u> 1,532,308.
Resultados		0.37413	11%	0.48191	-35%	0.13101
Rentabilidad inversión	RI=Utilidad neta/Capital	<u>200,893</u> 100,000		<u>568,408</u> 100,000		<u>200,755.63</u> 100,000
Resultado		2.00893	3.6%	5.68408	-3.67%	2.00755

Nota: Fuente de información de los estados de resultados acuícola aplicando guía de análisis

Interpretación:

Como se puede evidenciar en la tabla N° 7 en cuanto al análisis de la rentabilidad, se observa que la acuícola mostró una utilidad bruta del 0.317 en el año 2020, del 0.370 en 2021 y descendió a 0.189 en 2022, reflejando una disminución comparada con los años previos. Esta disminución se atribuye a una caída en las ventas debido a la ausencia de control en la gestión de la cartera de clientes. Se recomienda mejorar la comunicación con los clientes y fortalecer el control de los productos ofrecidos para mejorar la rentabilidad.

En cuanto a la utilidad antes de impuestos, en 2020 la empresa registró un beneficio del 0.158, en 2021 fue del 0.229 y en 2022 cayó al 0.076, indicando una reducción en la rentabilidad antes de impuestos a lo largo de los años en cuestión, también debido al suceso decreciente en las ventas. Por lo tanto, es crucial que la acuícola priorice aumentar las ventas y recuperar su cartera de clientes para mejorar su rentabilidad

económica.

En relación con la rentabilidad neta, se observa que la acuícola en el Distrito de San José de Sisa, San Martín, obtuvo rendimientos sobre la inversión del 0.374 en 2020, del 0.482 en 2021 y del 0.131 en 2022. Esto demuestra que la acuícola posee activos suficientes para respaldar su situación financiera. Finalmente, la rentabilidad de inversión en 2022 muestra una ganancia de 2.007 por cada sol invertido, en comparación con 5.684 en 2021 y 2.001 en 2020. Estos resultados resaltan la importancia de optimizar las herramientas de ventas para alzar la rentabilidad y alcanzar los objetivos financieros deseados.

Objetivo específico 3:

Determinar la relación de las dimensiones de la gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín.

Tabla 8

Relación de las dimensiones de la gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín.

Nota. Los datos provienen de la encuesta aplicada analizados por SPSS V.26

Correlaciones			Rentabilidad económica	Rentabilidad financiera
Planificación de ventas	Correlación	de	0.390	,582**
	Pearson			
	sig. (bilateral)		0.089	0.007
	n		20	20
Organización de ventas	correlación	de	,675**	,675**
	Pearson			
	sig. (bilateral)		0.001	0.001
	N		20	20
Control de ventas	correlación	de	0.368	-0.120
	Pearson			
	sig. (bilateral)		0.111	0.614
	N		20	20

Interpretación:

Tabla 8 se observó la relación que existe entre las dimensiones en las variables, GV y la rentabilidad, donde se evidencia que, en la rentabilidad económica y la planificación de ventas se observa una correlación moderada y significativa entre la rentabilidad económica y la organización de ventas (0.390, $p = 0.089$). Además, existe una fuerte y altamente significativa correlación entre la RE y la organización de ventas (0.675, $p = 0.001$). Por otro lado, la dimensión de Control de ventas muestra una correlación moderada, pero no significativa con la RE (0.368, $p = 0.111$). En cuanto a la Rentabilidad Financiera, se encuentra una fuerte y altamente significativa correlación con la Planificación de ventas (0.582, $p = 0.007$), mientras que también hay una fuerte y significativa correlación entre la Organización de ventas y la RF (0.675, $p = 0.001$). Finalmente, el Control de ventas no muestra una correlación significativa con la RF (-0.120, $p = 0.614$). Tanto la Planificación de ventas como la Organización de ventas tienen correlaciones positivas fuertes y significativas tanto con la Rentabilidad económica como con la Rentabilidad financiera. Dando a entender que el nivel de planificación y organización en las ventas puede contribuir positivamente a ambas formas de rentabilidad. El Control de ventas, por otro lado, muestra una correlación positiva moderada con la Rentabilidad económica, pero no parece tener una relación clara o significativa con la Rentabilidad financiera según los datos mostrados en la tabla.

Objetivo General: Determinar la relación entre la gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín

Prueba de hipótesis

H1: Existe relación significativa entre la gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín.

H0: No existe relación significativa entre la gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín.

Tabla 9.

Relación entre la gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín.

		Gestión de ventas	Rentabilidad
Gestión de ventas	Correlación de Pearson	1	,720**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	20	20
Rentabilidad	Correlación de Pearson	,720**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	20	20

Nota: elaborado en base al SPSS v26

Interpretación:

La tabla n°9 Los resultados muestran una relación significativa entre la GV y la rentabilidad en una empresa acuícola. El valor de p, que es 0.00 y está por debajo del umbral de 0.05, confirma una conexión directa. Según el coeficiente de Pearson, esta relación es altamente positiva ($r=0.720$). Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa (H1) y se rechaza la hipótesis nula H0, que postula una relación fuerte, directa y positiva entre la GV y la rentabilidad de la empresa. Estos resultados sugieren que una mejora en la calidad de la GV está asociada con un aumento en la rentabilidad, indicando que una gestión efectiva de ventas, que abarca la planificación, organización y control, contribuye a una mejor eficiencia en la asignación de recursos.

IV. DISCUSIÓN

El primer objetivo específico fue determinar el nivel de la GV de una empresa Acuícola en el Distrito de San José de Sisa, San Martín. Según (Jensen & Meckling 1976, como se citó en Rivas & Alexis, 2020) en su teoría de la agencia, la gestión de ventas permite maximizar la eficiencia y minimizar los conflictos de intereses entre los agentes de ventas y las organizaciones que representan, implementar principios de la teoría de la agencia puede ayudar a mejorar la GV al alinear los incentivos, mejorar el monitoreo y control, y fomentar relaciones más eficaces entre el principal y los agentes de ventas. En este estudio se llevó a cabo una encuesta a 20 colaboradores para evaluar la variable GV se obtuvo el resultado que se encuentra en un nivel medio del 90% y un nivel bajo del 10%, entendiéndose que la GV en la empresa es aceptable pero insuficiente, así mismo, en un estudio realizado por Sánchez et al. (2021), indicaron que el grado de interacción del área de GV dentro de la empresa proporciona fortalecimiento en relación positiva, la gestión empresarial adecuada es fundamental para el éxito de la planificación estratégica en las medianas empresas ecuatorianas, y mejorar estos aspectos puede conducir a una mejor ejecución de las estrategias y, en última instancia, a un rendimiento empresarial más sólido y sostenible. Este estudio tiene similitud con la investigación en cuestión, el cual indica que la GV es aceptable pero aún insuficiente para lograr las metas establecidas dentro de la organización.

El segundo objetivo fue analizar la rentabilidad en una acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín Según (Modigliani & Miller 1958, como se citó en Solano et al., 2021), en su teoría moderna de la estructura de capital la rentabilidad enfatiza que el valor de un ente económico se deriva principalmente de su habilidad para crear ingresos con eficiencia, los cuales de deben ser gestionados de manera adecuada. Este estudio se desarrolló dos instrumentaos para analizar la variable de rentabilidad, una guía de análisis documental diseñada para examinar la rentabilidad utilizando los estados financieros de los años 2020, 2021 y 2022. Los resultados encontrados de sus dos dimensiones principales en cuanto a la rentabilidad son; la rentabilidad económica y financiera. En la dimensión de rentabilidad económica, se consideró especialmente el indicador de rentabilidad bruta en el año 2020, la utilidad bruta fue del 0.317, mientras que en 2021 se incrementó a 0.369, lo cual representa un crecimiento de un

5%. Sin embargo, en el ejercicio de 2022, la utilidad bruta disminuyó a 0.189 representan una disminución de un 18% debido a una reducción en las ventas de la empresa. Y sus elevados gastos fijos y otros gastos fuera del giro del negocio, por otro lado, tenemos el indicador de la rentabilidad operativa, en el periodo 2020, la empresa generó una utilidad operativa de 0.154, que aumentó a 0.229 en 2021 que significa un crecimiento de un 8%. Sin embargo, en 2022, la utilidad operativa disminuyó a 0.076, lo que refleja un resultado menor en la utilidad antes de impuestos sobre las ventas de esos años de 15%. Como segunda dimensión de la rentabilidad financiera, el indicador de rentabilidad neta revela que, por cada unidad monetaria de activos totales invertidos en el año 2020 la empresa generó 0.374 unidades monetarias de utilidad neta, asimismo para el 2021 la empresa generó 0.481 unidades monetarias de utilidad neta lo cual representa un 11% de crecimiento y en tanto en el 2022 la empresa generó 0.131 unidades monetarias de utilidad neta lo cual representa un 15% de disminución, donde se observa que la empresa si tiene capacidad de inversión en cuanto a sus activos, pero aun así se podría mejorar su eficiencia, por último el indicador de rentabilidad de inversión se observa en el periodo 2020, la rentabilidad generada por el capital fue de 2.008, mientras que en 2021 aumentó a 5.684 lo que significa 3.6% de aumento. No obstante, en 2022, se obtuvo una rentabilidad de 2.007 donde se puede evidenciar una disminución de cada sol invertido en recursos de 3.67%. Estos resultados reflejan variaciones en la rentabilidad de la empresa acuícola desde 2020 hasta 2022, atribuibles a la disminución de las ventas y a la falta de una GV sólida durante esos años, lo que llevó a una rentabilidad económica y financiera ineficiente. Además, se realizó un cuestionario a 20 colaboradores para analizar la variable de rentabilidad, revelando que el 50% de los encuestados considera que la rentabilidad está en un nivel medio, mientras que el 40% la percibe en un nivel alto. Solo el 5% de los encuestados la califica como baja. Estos hallazgos muestran que, en general, la rentabilidad y sus dimensiones es positiva para la empresa, pero se podría mejorar sus resultados para mantener un crecimiento constante en la empresa, a diferencia del estudio realizado por Darwan et al. (2021), obtuvo como resultado que la empresa durante el periodo de pandemia COVID-19 no tuvo consecuencia significativo en lucrar del ente económico vinculadas a la

agricultura y a la ganadería esto se evidenciaron en la variabilidad anual de las condiciones de su ganancia y beneficio de estas entidades; concluyeron que durante el primer y segundo trimestre del 2020 la mayoría de las empresas agropecuarias experimentaron un aumento en sus ventas en comparación con el año anterior, Los hallazgos contrastan con estudios anteriores al mostrar que la empresa no logra una rentabilidad adecuada, reflejada en resultados fluctuantes que no muestran un crecimiento constante entre los periodos analizados. Esto subraya la influencia significativa de la GV en la rentabilidad al término de cada periodo, evidenciando que, sin un control adecuado, la empresa puede incurrir en pérdidas.

El tercer objetivo específico fue determinar la relación de las dimensiones de la gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín, el cual es respaldado por Aguilar & Chiroque (2023), por su estudio realizado en Jaén, donde se enfocaron en diseñar propuestas de gestión en el proceso de compraventa con el fin de incrementar la rentabilidad de los agentes inmobiliarios en 2022. Utilizaron una metodología mixta que combinó elementos de diseño no experimental y aplicado. Tras encuestar a 30 colaboradores sobre el control del ciclo de ventas, hallaron un control deficiente, con una tasa del 40%, dicho análisis reveló que la empresa no había logrado manejar las variables de rentabilidad en las ventas entre 2020 y 2022 y entrevistando a la gerencia, se determinó la falta de políticas de planificación, organización y gestión en los últimos años, así como la ausencia de una estrategia para el proceso de ventas. En conclusión, el estudio subraya la necesidad imperiosa de que las empresas inmobiliarias mejoren sus enfoques de administración en el procedimiento de ventas mediante la implementación de propuestas para una gestión eficiente de recursos, planificación adecuada y organización, con el objetivo de aumentar significativamente la rentabilidad. Cotejando con este estudio, se aplicó un cuestionario en ambas variables a 20 colaboradores de la empresa acuícola, dichas respuestas fueron procesadas en el programa SPSS versión 26 realizando en primer lugar la prueba de normalidad donde se decidió trabajar con Shapiro Wilk ya que la población es menor a 50, asimismo, según los resultados se decidió trabajar con la correlación de Pearson, donde se investiga la relación entre las dimensiones de la GV (planificación, organización y control) y la

rentabilidad en una empresa acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín. Los resultados revelaron patrones interesantes que pueden influir en la efectividad de la gestión estratégica de ventas y su impacto en el desarrollo financiero de la empresa. Es por ello que debemos enfocarse en mejorar la planificación como la organización de las actividades de ventas para potenciar la rentabilidad de la empresa acuícola. Esto podría incluir el desarrollo de estrategias más claras y la implementación de estructuras organizativas que optimicen la ejecución de las estrategias de ventas. Sin embargo, se debe tener en cuenta que el control de ventas no mostró una relación clara con la rentabilidad. Así mismo, en el estudio de Avalos & Chávez (2022), los resultados que se obtuvieron es la carencia de una fuerza de ventas bien estructura y debido a ello no se logró los resultados esperados, indicando que la falta de estrategias, planificación, organización y control puede afectar y arriesgar su rentabilidad de la empresa. En ese sentido se encuentra similitudes con los antecedentes comparados en relación con la importancia de la planificación y la organización en la GV para incrementar la rentabilidad, se observa una discrepancia en cómo el control de ventas se vincula con la rentabilidad. Los resultados de la presente investigación revelaron que existen deficiencias en la planificación, organización y control de ventas, lo cual impacta de manera significativa en la rentabilidad.

Y por último como objetivo general fue determinar la relación entre la GV y la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín. En su estudio Chávez y Chuman (2023) tienen como conclusión que la GV deficiente impacta negativamente en la rentabilidad, el posicionamiento del mercado y la capacitación del cliente, entonces se debe mencionar que la GV influye en la rentabilidad evidenciando una disminución en ingresos durante el segundo semestre del 2022 debido a la falta de fortalecimiento en los factores claves de venta. En este estudio, se investigó la relación entre la GV y la rentabilidad en una empresa acuícola, los resultados revelaron una correlación significativa entre ambas variables, lo que proporciona información valiosa sobre cómo la eficacia en la GV puede influir en el desempeño financiero de la empresa, en ese sentido coincide en lo mismo con, Cristóbal et al. (2023), su investigación muestra que una GV efectiva es crucial para

aumentar la rentabilidad observada en las organizaciones actuales que buscan maximizar sus beneficios. Para un análisis exhaustivo, la GV se dividió en predicción, planificación y control, dividió la percepción de rentabilidad en dimensiones económica y financiera. El análisis demostró una relación sólida, directa y significativa entre la gestión de ventas y esta percepción de rentabilidad, con un coeficiente de 0.775. Por tanto, se tiene similitud con la investigación, ya que se está analizando si existe una relación de la GV con la rentabilidad de la empresa para poder mejorar y fortalecer las políticas de venta con una planificación efectiva, un control organizado y estrategias bien definidas en las ventas contribuirán notablemente a incrementar la rentabilidad.

V. CONCLUSIONES

5.1. El objetivo general del estudio fue determinar la relación entre la GV y la rentabilidad de una empresa Acuícola. A partir de los resultados se evidenció una correlación significativa de 0.720 de Pearson, lo cual indica que hay una relación fuerte positiva entre las variables GV y rentabilidad. Estos resultados sugieren que una gestión de ventas efectiva, que abarque planificación, organización y control, tiene un impacto directo en la mejora de la rentabilidad.

5.2. Como primer objetivo específico fue determinar el nivel de la gestión de ventas de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín. Según el resultado se identificó que la variable GV se encuentra en un nivel medio del 90%, bajo 10% y alto no se observa porcentaje indicando una gestión aceptable, pero aún insuficiente para maximizar la rentabilidad. concluyendo que la empresa necesita mejorar su GV para lograr un mayor beneficio y consolidarse firmemente en el mercado donde incluya implementación de estrategias tecnológicas y planes de acción.

5.3. El segundo objetivo específico fue analizar la rentabilidad de una empresa Acuícola. En base a los resultados del análisis documental de la variable rentabilidad mostraron variaciones drásticas en su rentabilidad financiera y económica debido al declive en ventas referente a los años 2020 al 2022, se concluye que una gestión deficiente de ventas afecta negativamente la rentabilidad al ente económico, la cual es esencial para asegurar la estabilidad financiera y el crecimiento financiero a largo plazo.

5.4. El tercer objetivo específico fue determinar la relación de las dimensiones de la gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuícola. En base a los resultados se concluyó que la planificación y la organización de las ventas tiene una relación fuerte, positiva y significativa para potenciar la rentabilidad de la empresa acuícola, mientras que el control sobre la rentabilidad necesita ser evaluado más detalladamente.

VI. RECOMENDACIONES

6.1. Enfocarse en una GV integral que incluya una planificación estratégica, una organización eficiente y un control efectivo. Esto para optimizar el rendimiento comercial y asegurar que la empresa esté posicionada fuertemente en su mercado objetivo.

6.2. Recomendar que la empresa acuícola optimice su GV y, por ende, aumentar su rentabilidad y consolidarse en el mercado de manera sólida, debe implementar un plan de acción donde se debe establecer un cronograma y asignar responsabilidades claras, implementar herramientas tecnológicas como un sistema CMR que ayudará a mejorar la relación con los clientes, realizar capacitaciones al personal de manera continua y asimismo realizar monitoreo constante para estar preparados, confrontar los desafíos competitivos y aprovechar las oportunidades de crecimiento en su sector.

6.3. Implementar mejoras en la planificación de ventas, la organización del equipo de ventas y el control de las actividades de ventas podría potenciar significativamente tanto la rentabilidad económica como la financiera a largo plazo. Para ello se debe optimizar su GV realizando herramientas de marketing y analizar el mercado, diversificar sus productos, analizar sus costos y precios, innovar en tecnología.

6.4. Capitalizar las fortalezas identificadas en la planificación y organización de ventas, mientras que también se debe abordar la necesidad de mejorar la evaluación y el control sobre la rentabilidad, implementando Métricas y KPIS para que pueda ayudar a la empresa acuícola a optimizar su desempeño financiero y alcanzar sus objetivos estratégicos de manera más efectiva.

6.5. Llevar a cabo estudios adicionales que permitan obtener una visión más amplia y detallada de los factores que sobresaltan el beneficio del ente económico. Por ejemplo, un análisis documental más profundo para mejorar la toma de decisiones.

REFERENCIAS

- Aguilar & Chiroque(2023). Gestión en el proceso de ventas para mejorar la rentabilidad. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/123039>
- Arias (2020),Técnicas e instrumentos de investigación científica (1ra ed.). Enfoques consulting: Perú. <https://studylib.es/doc/9133090/tecnicas-e-instrumentos-de-investigacion-cientifica>
- Arteaga y Molina, M. (2022). Gestión de ventas y su impacto en la rentabilidad del concesionarioMetrocar.MQRInvestigar,6(4),293312. Recuperado de <https://doi.org/10.56048/MQR20225.6.4.2022.293-312>
- Arrascue-Lino, I. E., Podestá-Gavilano, L. E., Matzumura-Kasano, J. P., Gutiérrez-Crespo, H. F., & Ruiz-Arias, R. A. (2021). Habilidades gerenciales desde la percepción del personal en el Hospital Municipal Los Olivos. Revista de la Facultad de Medicina Humana, 21(2), 275-282. <http://dx.doi.org/10.25176/rfmh.v21i2.3715>
- Avalos Aburto, D. S., & Chavez Salvatierra, M. G. (2022). Gestión de ventas y la rentabilidad en la empresa Grambs Corporación Gráfica SAC, Villa El Salvador (Lima-Perú), 2021. *Universidad Científica del Sur*. <https://doi.org/10.21142/tl.2022.2647>
- Asilo, J. R., Gulane, T. M. R., y Tormon, B. R. B. (2022). Sales management and profitability among selected small enterprises renting commercial spaces in Panabo City, Philippines. The International Journal of Business Management and Technology, 6(2), 281–287. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7676500>
- Asencio, L., Neira, G., y Gonzalez, E. (2018). Análisis de factores de competitividad y su incidencia en la gestión de ventas del mercado artesanal Guayaquil. Revista Publicando, 5 (14) 352-369. https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/1159/pdf_8_42
- Barrutia Barreto, I., Sánchez Sánchez, R. M., & Silva Marchan, H. A. (2021). Consecuencias económicas y sociales de la inamovilidad humana bajo Covid – 19 caso de estudio Perú. Lecturas De Economía, (94), 285–303. <https://doi.org/10.17533/udea.le.n94a344397>
- Bullemore & Cristóbal. (2021). La dirección comercial en época de

- pandemia: el impacto del covid-19 en la gestión de ventas. *Scielo*, 32(1).
<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642021000100199>
- Valencia Nuñez, E. R., Caiza Pastuña, E. C., & Bedoya Jara, M. P. (2020). Decisiones de inversión y rentabilidad bajo la valoración financiera en las empresas industriales grandes de la provincia de Cotopaxi, Ecuador. *Revista Universidad Y Empresa*, 22(39).
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8099>
- Castro, E. (2019). Bioestadística aplicada en investigación clínica: conceptos básicos. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 30(1), 50–65.
<https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2018.12.002>
- Chilón. (2020). Factores de riesgo y su incidencia en la rentabilidad de micro y pequeñas empresas de Chota, Perú. *Revista CIENCIA Y TECNOLOGÍA*, 16(2), 183-192. Recuperado a partir de <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/2900>
- Cieza & Gonzales. (2022). Implementación de la Gestión por Procesos en la Gestión de Ventas de una Empresa Metalmecánica. En N. Callaos, J. Horne, E. F. Ruiz-Ledesma, B. Sánchez, A. Tremante (Eds.), <https://doi.org/10.54808/CICIC2022.01.13>
- Chaker, NN, Habel, J., Hewett, K. y Zablah, AR (2024). El futuro de la investigación sobre ventas internacionales y gestión de ventas. *Revista de Marketing Internacional*, 32 (1), 1-14. <https://doi.org/10.1177/1069031X231224712>
- Flores-Crespo, P., & Rodríguez-Arias, N. (2021). Educación superior tecnológica y movilidad social. Un estudio longitudinal basado en historias de vida. *Revista iberoamericana de educación superior*, 12(33), 39-57.
<https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2021.33.856>
- Cristóbal-Campos, C. C., Ambicho-Lopez, A. G., & Basilio-Ayala, F. P. (2024). Sales management and profitability perception in a cali center (Lima-Peru), 2023. *Fides et Ratio-Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 27(27), 249-278.
DOI: <https://doi.org/10.55739/8f7g3d51>

- Darmawan, A. ., Jasuni, A. Y. ., Putra, B. R. ., & Lestari, F. . (2021). Comparative Analysis of Company Profitability in The Pandemic Time With 2 Years of Pre-Pandemic . *Nusantara Science and Technology Proceedings*, 4(4), 425-441. <https://doi.org/10.11594/nstp.2021.1047>
- Espinoza, L., Ochoa, J. (2021). El nivel de investigación relacional en las ciencias sociales. *Acta Jurídica Peruana*, 3(2), 93-111. <http://revistas.autonoma.edu.pe/index.php/AJP/article/view/25>
- Chavez Gil, M., Chuman Manayay, L. (2023). Gestión de ventas y su incidencia en la rentabilidad de la ferretería Brayan E.I.R.L., Ferreñafe. Universidad de la Investigación. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/132243>
- Förster, M., Kürpick, C., Hobscheidt, D., Kühn, A. & Dumitrescu, R. (2022). Crossindustry methods for strategic planning of the digital transformation of small and medium sized enterprises. [Métodos intersectoriales para la planificación estratégica de la transformación digital de las pequeñas y medianas empresas]. *Science Direct*, 109 (1), 322–327. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2022.05.257>
- Gandica de Roa, E. (2020). Potencia y Robustez en Pruebas de Normalidad con Simulación Montecarlo. *Revista Scientific*, 5(18), 108-119, e-ISSN: 2542-2987. Recuperado de: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2020.5.18.5.108-119> Fecha de Recepción: 20-05-2020 Fecha de Aceptación: 25-09-2020 Fecha de Publicación: 05-11-2020
- Goyes (2020). Gestión de ventas de productos naturales, RM Babahoyo <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/7554>
- Guevara Alban, G. P., Verdesoto Arguello, A. E., & Castro Molina, N. E. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163-173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- ISO (2021). Cómo puede la norma ISO 9001 2015 impulsar las ventas? <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:en>
- Ministerio de Economía y Finanzas (2021). NIIF 9 del 2021 - Instrumentos Financieros. Plataforma digital única del Estado Peruano.

<https://www.gob.pe/institucion/mef/informes-publicaciones/2765309-niif9-del-2021-instrumentos-financieros>

- Hasmiana, S. (2022). The effect of financial Risk, Capital Structure, Banking Liquidity on Profitability , Operational Efficiency as Intervening variables in Persero Bank and Private Commercial Banks. [El efecto del Riesgo financiero, Estructura de Capital, Liquidez Bancaria sobre la Rentabilidad, Eficiencia Operacional como variables intervinientes en Persero Bank y Banca Comercial Privada]. Faculty of economics, open university, Indonesia. <https://www.ijassjournal.com/2022/V5I1/414659911.pdf>
- Hedija, V. & Kuncová, M. (2021). Relationship between efficiency and profitability: The case of Czech swine sector. [Relación entre eficiencia y rentabilidad: El caso del sector porcino checo]. Dialnet, 19 (1), 1 – 11. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7876979>
- Hernández González, Osvaldo. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. Revista Cubana de Medicina General Integral, 37(3), . Epub 01 de septiembre de 2021. Recuperado en 16 de junio de 2024, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252021000300002&lng=es&tlng=es
- Huamán, S. Y. R., & Guardamino, I. M. M. (2020). Influencia de la liquidez en la rentabilidad financiera: Caso de la Compañía Goodyear SA Influence of liquidity on financial profitability: The case of the Goodyear SA Company.
- Kusuma, A., Setiawan, J., & Sari, P. (2024). Factores que influyen en la transformación digital de las organizaciones de ventas en Indonesia. *Heliyon, 10*(6), e27017. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e27017>
- Melo Maricato, J., & Macêdo, D. J. (2022). Influencia de los manuales de la OCDE y de la RICYT en la literatura científica y sus contribuciones para la construcción de indicadores de ciencia, tecnología e innovación. Revista Interamericana de Bibliotecología, 45(2).
- Mora, J., Pérez, M., & Rodríguez, L. (2022). Gestión de ventas de los productos de comercialización compleja. *Revista de Gestión de Ventas*, *1*(16). <http://portal.amelica.org/ameli/journal/328/3283333006/>

- Mojin 2024, Do sales control systems affect sales-service ambidexterity and salesperson performance? A perspective of labor demands and resources
<https://ideas.repec.org/a/eee/joreco/v77y2024ics0969698923003910>
- Moya, D., Copara, D., Amores, J., Muñoz, M., y Pérez, Á. (2022). Caracterización de agentes de consumo energético en el sector residencial del Ecuador basada en una encuesta nacional y en los sistemas de información geográfica para modelamiento de sistemas energéticos. *Redalyc*, 13 (22), 68- 97.
<https://www.redalyc.org/journal/5722/572270009005/572270009005.pdf>
- Micallef, M., Keränen, J., & Kokshagina, O. (2023). Understanding the consequences of digital technology use in sales: multilevel tensions inside sales organizations. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 44(1), 84–99.
<https://doi.org/10.1080/08853134.2022.2159422>
- Olsson, D., Gericke, N., Sass, W., & Boeve, J. (2020). Self-perceived action competence for sustainability: the theoretical grounding and empirical validation of a novel research instrument. *Environmental Education Research*. [Competencia de acción auto percibida para la sostenibilidad: la base teórica y la validación empírica de un nuevo instrumento de investigación. *Investigación en educación ambiental*].
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13504622.2020.1736991>
- Organización de las Naciones Unidas. (2021). Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico.
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>
- Quispe, A., Pinto, D., Huamán, M., Bueno, G. y Valle, A. (2020). Metodologías cuantitativas: Cálculo del tamaño de muestra con STATA y R. *Scielo*, 13 (1), 78-83.
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2227-47312020000100012&script=sci_arttext.
- Ramos, C. (2020). Los Alcances de una investigación. Universidad Católica del Ecuador. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>.
- Rebelo, C.(2021). After sales service: key settings for improving profitability and customer satisfaction. *Procedia Manufacturing*. Magazine ScienceDirect, 55,

463-470.<https://doi.org/10.1016/j.promfg.2021.10.063>

- Rivas de Alexis, J., & Alexis, V. J. (2020). Management of cooperative organizations: an analysis from the theory of the agency.. *Revista Científica Guacamaya*, 5(1), 56–69. <https://doi.org/10.48204/j.guacamaya.v5n1a5>
- Romero Hidalgo, Óscar, Hidalgo Sánchez, A., Canales Aybar, E., & Ruíz Carrillo, J. (2021). Gestión empresarial y su influencia en los planes estratégicos de las medianas empresas del Ecuador. *SUMMA*, 3(2), 1-23. <https://doi.org/10.47666/summa.3.2.33>
- Sánchez-Gómez, M., Cebrián, B., Ferré, P., Navarro, M., & Plazuelo, N. (2020). Techno-estrés y edad: un estudio transversal en funcionarios públicos. *Cuadernos de Neuropsicología*, 14(2), 25-33. <https://doi.org/10.7714/CNPS/14.2.203>
- Shi W (2021) Analyzing enterprise asset structure and profitability using cloud computing and strategic management accounting. *PLoS ONE* 16(9): e0257826. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0257826>
- Solano, D. C., Zaruma, J. L., Vigier, H. P., Flores, G. A., & Romero, C. A. (2021). Capital structure decisions in the commercial sector: Pecking Order or Trade Off? *Decisões de estrutura de capital no setor comercial: ¿hierarquia financeira ou ótimo financeiro?*. *Journal of Globalization, Competitiveness and Governability*, 15(2).file:///E:/USER/Downloads/gcg-universia,+gcg_v15n2-02.pdf
- Schrock, WA, Hughes, DE, Zhao, Y. et al. (2021) Self-oriented competitiveness in salespeople: sales management implications. *J. del Acad. Marca. Ciencia*. 49 , 1201–1221 (2021). <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00792-0>
- Sudiyatno, B., Puspitasari, E., Nurhayati, I. & Rijanti, T. (2021). The Tecnológica de Lima Sur]. https://repositorio.untels.edu.pe/jspui/bitstream/123456789/45/1/Pajuelo_Rosa_Trabajo_de_Suficiencia_2019.pdf
- Shcherbyna, Y., Kizim, O., & Chumak, I. (2023). Sales planning system for a construction materials manufacturing enterprise. *Proceedings of the 5th International Conference on Future Applications of Computer Technology and Production*, 5(1), 52-59. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.5.52.2023.4098>
- Tienken, C., Classen, M. and Friedli, T. (2023), "Engaging the sales force in digital

solution selling: how sales control systems resolve agency problems to create and capture superior value", *European Journal of Marketing*, Vol. 57 No. 3, pp. 794-833. <https://doi.org/10.1108/EJM-11-2021-0918>

Uhlich & Kieckhafer (2024). The CO2 management decision problem in tactical sales planning of light commercial vehicle manufacturers in Europe. *International Journal of Automotive Technology and Management*. 24. DOI: 10.1504/IJATM.2024.10061781

Pilco Carrión, R. A. (2022). Metodología experimental para el desarrollo de competencias en química inorgánica. *Prometeo Conocimiento Científico*, 2(2), e11. <https://doi.org/10.55204/pcc.v2i2.11>

Polanía Reyes, C, Cardona Olaya, F, Castañeda Gamboa, G, Vargas, I, Calvache Salazar, O y Abanto Vélez, W. (2020). Metodología de investigación Cuantitativa & Cualitativa. Institución Universitaria Antonio José Camacho. Disponible en: <https://repositorio.uniajc.edu.co/handle/uniajc/596>

Vélez. (2020). COMT040PO: Gestión de ventas, marketing. https://www.editorialelearning.com/catalogo/media/iverve/uploadpdf/15263775_50_COMT040PO_demo.pdf

ANEXOS

Anexo 01: Tabla de operacionalización de variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de ventas	La gestión de ventas es un requisito fundamental dentro de las empresas pues asegura la entrada de efectivo, la misma que va a contribuir con su desarrollo eficiente en el tiempo (Asilo et al. 2018, como es citado en Aguilar & Chiroque ,2023)	Es el elemento primordial en la empresa, que debe ser indispensable, ya que de él dependerá el Éxito. Para medir esta variable se utilizará el instrumento cuestionario que constará de 15 ítems, aplicados mediante la técnica de la encuesta con escala de respuesta Likert.	Planificación de las ventas Organización de las ventas Control de las ventas	Metas y Objetivos Estrategias Pronóstico de ventas Selección Capacitación del personal Evaluación Supervisión de proceso Volumen de ventas Seguimiento de los procesos	Ordinal/Encuesta
Rentabilidad	La rentabilidad refleja el rendimiento de una cosa o acción a través de la comparación de los beneficios obtenidos al final de un periodo y los medios empleados para obtenerlo (Arteaga y Molina ,2022)	Es el cálculo financiero para determinar la relación entre los recursos necesarios y el beneficio económico. Para medir esta variable se empleará el instrumento de guía de análisis documental y un cuestionario 10 ítems aplicado mediante la técnica análisis documental/encuesta en la escala de la razón.	Rentabilidad económica Rentabilidad financiera	Rentabilidad bruta Costo de producción Rentabilidad operativa Rentabilidad neta Ingresos netos Rentabilidad de inversión	Razón/Análisis documental Ordinal/Encuesta

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos:

Cuestionario para la variable gestión de ventas

Estimado participante, el presente cuestionario es anónimo, está dirigido al personal de la empresa, por lo que se le agradece responder con la mayor honestidad posible. Los datos suministrados solo serán tomados para fines académicos, la información proporcionada será manejada y procesada de forma confidencial y es de carácter anónimo. ¿Desea participar como encuestado en esta investigación?

SI NO

Instrucciones: Lea detenidamente cada ítem y coloque con un aspa (x) en la alternativa de respuesta que considere pertinente.

Totalmente en desacuerdo (TS)	En desacuerdo (ED)	Ni en desacuerdo ni de acuerdo (NDA)	De acuerdo (DA)	Totalmente de acuerdo (TA)
1	2	3	4	5

VARIABLE 1: GESTION DE VENTAS						
N°	ITEMS	1	2	3	4	5
	DIMENSION 1: Planificación de las ventas					
1	La empresa tiene un plan de ventas aprobado por la gerencia.					
2	Las metas y objetivos establecidos son alcanzable para la empresa.					
3	Las estrategias existentes son efectivas en la gestión de ventas.					
4	El equipo de ventas cumple con las políticas de la empresa.					
5	La empresa posee un pronóstico de ventas preciso para anticipar la demanda futura.					
	DIMENSIÓN 02: Organización de las ventas	1	2	3	4	5
6	La empresa tiene una cartera de clientes clasificada.					
7	Se identifica y recluta a candidatos talentosos para que se unirse al equipo de ventas					
8	La capacitación oportuna al personal permitirá incrementar las ventas.					
9	El personal de ventas posee herramientas y tecnologías adecuadas para maximizar su efectividad en el campo.					
10	Se evalúa el desempeño de los trabajadores para identificar fortalezas, áreas de mejora y oportunidades de crecimiento.					
	DIMENSION 03: Control de ventas	1	2	3	4	5
11	Se supervisa todas las actividades realizadas al interior de la empresa.					
12	La gestión de ventas es eficiente en relación a lo planificado.					
13	Se establece estrategias para el cierre de ventas.					
14	Las ventas se encuentran sustentadas con documentos.					
15	Controlar el proceso de gestión permitira obtener mayores ventas.					

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos:

Cuestionario para la variable Rentabilidad

Estimado participante, el presente cuestionario es anónimo, está dirigido al personal de la empresa, por lo que se le agradece responder con la mayor honestidad posible. Los datos suministrados solo serán tomados para fines académicos, la información proporcionada será manejada y procesada de forma confidencial y es de carácter anónimo. ¿Desea participar como encuestado en esta investigación?

SI NO

Instrucciones: Lea detenidamente cada ítem y coloque con un aspa (x) en la alternativa de respuesta que considere pertinente.

Totalmente en desacuerdo (TS)	En desacuerdo (ED)	Ni en desacuerdo ni de acuerdo (NDA)	De acuerdo (DA)	Totalmente de acuerdo (TA)
1	2	3	4	5

VARIABLE 2: Rentabilidad						
N°	ITEMS	1	2	3	4	5
DIMENSION 1: Rentabilidad Económica						
1	La rentabilidad bruta de la empresa ha mejorado significativamente en los últimos tres años.					
2	Los costos de producción han sido eficientemente gestionados para mantener una alta rentabilidad bruta.					
3	La rentabilidad operativa ha mostrado un crecimiento constante en los últimos tres años.					
4	La mejora en la eficiencia de los procesos ha sido una prioridad para incrementar la rentabilidad operativa.					
5	El incremento en ventas ha tenido un impacto significativo en la rentabilidad operativa.					
DIMENSIÓN 02: Rentabilidad Financiera		1	2	3	4	5
6	La rentabilidad neta de la empresa ha aumentado en los últimos tres años.					
7	Los ingresos netos de la empresa se han incrementado debido a una gestión financiera eficiente.					
8	La empresa ha mantenido controlados sus gastos para maximizar la rentabilidad neta.					
9	La rentabilidad de las inversiones realizadas por la empresa ha sido satisfactoria en los últimos tres años.					
10	La empresa evalúa rigurosamente los proyectos antes de invertir para asegurar una alta rentabilidad de la inversión.					

Guía de análisis documental

Se presenta esta guía de análisis documental, la cual tiene como finalidad el evaluar la rentabilidad en la empresa, de la ciudad de San Martín.

Obteniendo de información con fines educativos. Para ello se tuvo en cuenta las siguientes ratios:

Periodo: 2020, 2021, 2022

Rentabilidad Económica

Periodo	<u>Rentabilidad Bruta:</u> <i>Utilidad bruta / total ventas</i>	<u>Rentabilidad Operativa</u> <i>Utilidad antes del impuesto y participaciones / total ventas</i>
2020		
2021		
2022		

Rentabilidad Financiera

Periodo	<u>Rentabilidad Neta:</u> <i>Utilidad neta / total ventas</i>	<u>Rentabilidad Inversión:</u> <i>Utilidad neta / capital</i>
2020		
2021		
2022		

Anexo 3. Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento Gestión de Ventas y la Rentabilidad en una Empresa Acuícola del Distrito de San José de Sisa, San Martín. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Mgtr. Erwin Giancarlo Serquen Olivos	
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacionx) ()
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Contabilidad	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (x)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Sánchez Cueva yessica Anali
Procedencia:	Del autor
Administración:	Google from

Tiempo de aplicación:	5 minutos
Ámbito de aplicación:	En la Organización
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 3 indicadores y 15 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. La segunda variable contiene 2 dimensiones de 2

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Gestión de ventas

La gestión de ventas es un requisito fundamental dentro de las empresas pues asegura la entrada de efectivo, la misma que va a contribuir con su desarrollo eficiente en el tiempo (Aguilar y Chiroque, 2023)

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario Gestión de Ventas y la Rentabilidad en una Empresa Acuícola del Distrito de San José de Sisa, San Martín. Elaborado por Sánchez Cueva Yessica Anali en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se



indicador que está midiendo.	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde

Sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable del instrumento: (Gestión de ventas)

- Primera dimensión: (Planificación de ventas)

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren	Rele van	Observaciones
La empresa tiene un plan de ventas aprobado por la gerencia.	1	4	4	4	
Las metas y objetivos establecidos son alcanzable para la empresa.	2	4	4	4	
Las estrategias existentes son efectivas en la gestión de ventas.	3	4	4	4	
El equipo de ventas cumple con las políticas de la empresa.	4	4	4	4	
La empresa posee un pronóstico de ventas preciso para anticipar la demanda futura.	5	4	4	4	

- Segunda dimensión: Organización de las ventas

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren	Rele van	Observaciones
La empresa tiene una cartera de clientes clasificada.	6	4	4	4	
Se identifica recluta a candidatos talentosos para que se unirse al equipo de ventas	7	4	4	4	

La capacitación oportuna al personal permitirá incrementar las ventas.	8	4	4	4	
El personal de ventas posee herramientas y tecnologías adecuadas para maximizar su efectividad en el campo.	9	4	4	4	
Se evalúa el desempeño de los trabajadores para identificar fortalezas, áreas de mejora y oportunidades de crecimiento.	10	4	4	4	

- Tercera dimensión: Control de las ventas

Indicadores	Ítem	Claridad	Coheren	Relevancia	Observaciones
Se supervisa todas las actividades realizadas al interior de la empresa.	11	4	4	4	
La gestión de ventas es eficiente en relación a lo planificado.	12	4	4	4	
Se establece estrategias para el cierre de ventas.	13	4	4	4	
Las ventas se encuentran sustentadas con documentos.	14	4	4	4	
Controlar el proceso de gestión permitira obtener mayores ventas.	15	4	4	4	

Variable del instrumento:(Rentabilidad)

- Primera dimensión: (Rentabilidad Económica)

Indicadores	Ítem	Claridad	Coheren	Relevancia	Observaciones
La rentabilidad bruta de la empresa ha mejorado significativamente en los últimos tres años.	1	4	4	4	
Los costos de producción han sido eficientemente gestionados para mantener una alta rentabilidad bruta.	2	4	4	4	

La rentabilidad operativa ha mostrado un crecimiento constante en los últimos tres años.	3	4	4	4	
La mejora en la eficiencia de los procesos ha sido una prioridad para incrementar la rentabilidad operativa.	4	4	4	4	
El incremento en ventas ha tenido un impacto significativo en la rentabilidad operativa.	5	4	4	4	

- Segunda dimensión: Rentabilidad Financiera

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
La rentabilidad neta de la empresa ha aumentado en los últimos tres años.	6	4	4	4	
Los ingresos netos de la empresa se han incrementado debido a una gestión financiera eficiente.	7	4	4	4	
La empresa ha mantenido controlados sus gastos para maximizar la rentabilidad neta.	8	4	4	4	
La rentabilidad de las inversiones realizadas por la empresa ha sido satisfactoria en los últimos tres años.	9	4	4	4	
La empresa evalúa rigurosamente los proyectos antes de invertir para asegurar una alta rentabilidad de la inversión.	10	4	4	4	


 Mg. Lic. Erwin G. Serquen Ojivas
 CORLAD. 020668

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento Gestión de Ventas y la Rentabilidad en una Empresa Acuícola del Distrito de San José de Sisa, San Martín. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	JOSÈ ANNER SALAZAR SALDIVAR
Grado profesional:	Maestría () Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa () Organización ()
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Contabilidad
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (X)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Sánchez Cueva Yessica Anali
Procedencia:	Del autor
Administración:	Google form
Tiempo de aplicación:	5 minutos
Ámbito de aplicación:	en la organización

Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 3 indicadores y 15 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.
----------------	---

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Gestión de ventas

La gestión de ventas es un requisito fundamental dentro de las empresas pues asegura la entrada de efectivo, la misma que va a contribuir con su desarrollo eficiente en el tiempo (Aguilar y Chiroque, 2023)

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario Gestión de Ventas y la Rentabilidad en una Empresa Acuícola del Distrito de San José de Sisa, San Martín. Elaborado por Sánchez Cueva Yessica Anali en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde

sus observaciones que considere pertinente

5. No cumple con el criterio
6. Bajo Nivel
7. Moderado nivel
8. Alto nivel

Variable del instrumento:(Gestión de ventas)

- Primera dimensión: (Planificación de ventas)

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren	Rele van	Observaciones
La empresa tiene un plan de ventas aprobado por la gerencia.	1	3	3	3	
Las metas y objetivos establecidos son alcanzable para la empresa.	2	3	3	3	
Las estrategias existentes son efectivas en la gestión de ventas.	3	3	3	3	
El equipo de ventas cumple con las políticas de la empresa.	4	4	4	4	
La empresa posee un pronóstico de ventas preciso para anticipar la demanda futura.	5	3	3	3	

- Segunda dimensión: Organización de las ventas

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren	Rele van	Observaciones
La empresa tiene una cartera de clientes clasificada.	6	4	4	4	
Se identifica y recluta a candidatos talentosos para que se unirse al equipo de ventas	7	4	4	4	



La capacitación oportuna al personal permitirá incrementar las ventas.	8	4	4	4	
El personal de ventas posee herramientas y tecnologías adecuadas para maximizar su efectividad en el campo.	9	3	3	3	
Se evalúa el desempeño de los trabajadores para identificar	10	4	4	4	

- Tercera dimensión: Control de las ventas

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren	Rele van	Observaciones
Se supervisa todas las actividades realizadas al interior de la empresa.	11	4	4	4	
La gestión de ventas es eficiente en relación a lo planificado.	12	3	4	4	
Se establece estrategias para el cierre de ventas.	13	4	3	3	
Las ventas se encuentran sustentadas con documentos.	14	4	4	4	
Controlar el proceso de gestión permitira obtener mayores ventas.	15	4	4	4	

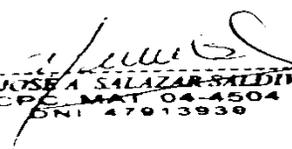
Variable del instrumento:(Rentabilidad)

- Primera dimensión: (Rentabilidad Económica)

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren	Rele vanc	Observaciones
La rentabilidad bruta de la empresa ha mejorado significativamente en los últimos tres años.	1	4	4	4	
Los costos de producción han sido eficientemente gestionados para mantener una alta rentabilidad bruta.	2	4	4	4	
La rentabilidad operativa ha mostrado un crecimiento constante en los últimos tres años.	3	4	4	4	
La mejora en la eficiencia de los procesos ha sido una prioridad para incrementar la rentabilidad	4	4	4	4	
El incremento en ventas ha tenido un impacto significativo en la rentabilidad operativa.	5	4	4	4	

- Segunda dimensión: Rentabilidad Financiera

Indicadores	Ítem	Clari dad	Cohe renci a	Rele vanci a	Observaciones
La rentabilidad neta de la empresa ha aumentado en los últimos tres años.	6	4	4	4	
Los ingresos netos de la empresa se han incrementado debido a una gestión financiera eficiente.	7	4	4	4	
La empresa ha mantenido controlados sus gastos para maximizar la rentabilidad neta.	8	4	4	4	
La rentabilidad de las inversiones realizadas por la empresa ha sido satisfactoria en los últimos tres años.	9	4	4	4	
La empresa evalúa rigurosamente los proyectos antes de invertir para asegurar una alta rentabilidad de la	10	4	4	4	


 ING. JOSÉ A. SALAZAR SALDIVAR
 CPE - MAT 04-4504
 DNI 47913939

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento Gestión de Ventas y la Rentabilidad en una Empresa Acuícola del Distrito de San José de Sisa, San Martín. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Mg. Herrera Ruesta, Karim Violeta
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>) Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica () Social () Educativa (<input checked="" type="checkbox"/>) Organización ()
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Contabilidad
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo
Tiempo de experiencia el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Sánchez Cueva yessica Anali
Procedencia:	Del autor
Administración:	Encuesta en Google drive I
Tiempo de aplicación:	5 minutos
Ámbito de aplicación:	En la organización



Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 3 dimensiones, de 3 indicadores y 15 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.
----------------	---

4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Gestión de ventas

La gestión de ventas es un requisito fundamental dentro de las empresas pues asegura la entrada de efectivo, la misma que va a contribuir con su desarrollo eficiente en el (Aguilar y Chiroque, 2023)

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario Gestión de Ventas y la Rentabilidad en una Empresa Acuícola del Distrito de San José de Sisa, San Martín. Elaborado por Sánchez Cueva Yessica Anali en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con el
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.

El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde

Sus observaciones que considere pertinente

9. No cumple con el criterio
10. Bajo Nivel
11. Moderado nivel
12. Alto nivel

Variable del instrumento:(Gestión de ventas)

- Primera dimensión: (Planificación de ventas)

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren	Rele van	Observaciones
La empresa tiene un plan de ventas aprobado por la gerencia.	1	3	3	3	
Las metas y objetivos establecidos son alcanzable para la empresa.	2	3	3	3	
Las estrategias existentes son efectivas en la gestión de ventas.	3	3	3	3	
El equipo de ventas cumple con las políticas de la empresa.	4	4	4	4	
La empresa posee un pronóstico de ventas preciso para anticipar la demanda futura.	5	3	3	3	

- Segunda dimensión: Organización de las ventas

Indicadores	Ítem	Clari dad	Coh eren	Rele van	Observaciones
La empresa tiene una cartera de clientes clasificada.	6	4	4	4	
Se identifica y recluta a candidatos talentosos para que se unirse al equipo de ventas	7	4	4	4	

La capacitación oportuna al personal permitirá incrementar las ventas.	8	4	4	4	
El personal de ventas posee herramientas y tecnologías adecuadas para maximizar su efectividad en el campo.	9	3	3	3	
Se evalúa el desempeño de los trabajadores para identificar	10	4	4	4	

- Tercera dimensión: Control de las ventas

Indicadores	Ítem	Claridad	Coheren	Relevancia	Observaciones
Se supervisa todas las actividades realizadas al interior de la empresa.	11	4	4	4	
La gestión de ventas es eficiente en relación a lo planificado.	12	3	3	3	
Se establece estrategias para el Cierre de ventas.	13	3	3	3	
Las ventas se encuentran sustentadas con documentos.	14	4	4	4	
Controlar el proceso de gestión permitiera obtener mayores ventas.	15	4	4	4	

Variable del instrumento:(Rentabilidad)

- Primera dimensión: (Rentabilidad Económica)

Indicadores	Ítem	Claridad	Coheren	Relevancia	Observaciones
La rentabilidad bruta de la empresa ha mejorado significativamente en los últimos tres años.	1	4	4	4	
Los costos de producción han sido eficientemente gestionados para mantener una alta rentabilidad bruta.	2	4	4	4	
La rentabilidad operativa ha mostrado un crecimiento constante en los últimos tres años.	3	4	4	4	
La mejora en la eficiencia de los procesos ha sido una prioridad para incrementar la rentabilidad operativa.	4	3	3	3	
El incremento en ventas ha tenido un impacto significativo en la rentabilidad operativa.	5	4	4	4	

- Segunda dimensión: Rentabilidad Financiera

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
La rentabilidad neta de la empresa ha aumentado en los últimos tres años.	6	4	4	4	
Los ingresos netos de la empresa se han incrementado debido a una gestión financiera eficiente.	7	3	3	3	
La empresa ha mantenido controlados sus gastos para maximizar la rentabilidad neta.	8	3	3	3	
La rentabilidad de las inversiones realizadas por la empresa ha sido satisfactoria en los últimos tres años.	9	4	4	4	
La empresa evalúa rigurosamente los proyectos antes de invertir para asegurar una alta rentabilidad de la inversión.	10	4	4	4	



Anexo 4. Resultados del análisis de consistencia interna

Formulación del problema general	Hipótesis	Objetivos	Variables	Dimensiones	Instrumentos/ técnicas
¿Cuál es la relación entre gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín?	Hi: Existe relación significativa entre la gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín.	<p>Objetivo general Determinar la relación entre la gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín.</p> <p>Objetivo específico Determinar el nivel de la gestión de ventas de una empresa Acuícola en el Distrito de San José de Sisa, San Martín.</p> <p>Analizar la rentabilidad de una empresa Acuícola en el distrito de San José de Sisa, San Martín.</p> <p>Determinar la relación de las dimensiones de la gestión de ventas y la</p>	<p>Variable Gestión de ventas</p> <p>Variable Rentabilidad</p>	<p>Planificación de las ventas</p> <p>I: Organización de las ventas</p> <p>Control de las ventas</p> <p>II: Rentabilidad económica</p> <p>Rentabilidad financiera</p>	Encuesta/Cuestionario Análisis documental/Guía de análisis documental

Anexo 5. Consentimiento o asentimiento informado UCV



Anexo 3 **Consentimiento Informado (*)**

Título de la investigación: Gestión de Ventas y la Rentabilidad en una Empresa Acuicola del Distrito de San José de Sisa, San Martín.

Investigador (a) (es): Sánchez Cueva Yessica Anali.

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada "Gestión de Ventas y Rentabilidad en un Empresa Acuicola del Distrito de San José de Sisa, San Martín, cuyo objetivo es Determinar la relación entre la gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuicola en el distrito de San José de Sisa, San Martín", esta investigación es desarrollada por Sánchez Cueva Yessica Anali y Dr. Díaz Calderón Ricardo Rafael de la carrera Profesional de Contabilidad, de la Universidad César Vallejo del campus Chiclayo, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Describir el impacto del problema de la investigación.

¿Cuál es la relación entre gestión de ventas y la rentabilidad de una empresa Acuicola en el distrito de San José de Sisa, San Martín?, en caso de que la gestión de ventas sea ineficaz como resultado se obtendrá una baja rentabilidad.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: Gestión de Ventas y la Rentabilidad en una Empresa Acuicola del Distrito de San José de Sisa, San Martín.
2. Esta encuesta tendrá un tiempo aproximado de 5 minutos y Se realizará en los ambientes de toda la institución Acuicola el Riego SAc.

Las respuestas al cuestionario serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

*Obligatorio a partir de los 18 años





Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el (los) Investigador (a)(es) (Apellidos y Nombres) Sánchez cueva Yessica Anali
email: anali13sc@gmail.com

Docente asesor (Apellidos y Nombres): Díaz Calderón Ricardo Rafael
Email: rdiazcal@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación, autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Brisedit padilla Jibaja

Fecha y hora: 26/10/2023 Hora 6:00 pm

AGRICOLA EL RIEGO SAC
RUC: 20802432865

Brisedit padilla Jibaja
GERENTE GENERAL

Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google.

Anexo 6. Análisis complementario

Reporte Calculadora V – Aiken

Criterio: CLARIDAD								Criterio: COHERENCIA								Criterio: RELEVANCIA							
Item	E1	E2	E3	E4	E5	V.-Aiken	Escala	Item	E1	E2	E3	E4	E5	V.-Aiken	Escala	Item	E1	E2	E3	E4	E5	V.-Aiken	Escala
1	3	4	3			3.33	Fuerte	1	3	4	3			3.33	Fuerte	1	3	4	3			3.33	Fuerte
2	3	4	4			3.67	Fuerte	2	3	4	4			3.67	Fuerte	2	3	4	4			3.67	Fuerte
3	3	4	3			3.33	Fuerte	3	3	4	3			3.33	Fuerte	3	3	4	3			3.33	Fuerte
4	4	4	3			3.67	Fuerte	4	4	4	3			3.67	Fuerte	4	4	4	3			3.67	Fuerte
5	3	4	4			3.67	Fuerte	5	3	4	4			3.67	Fuerte	5	3	4	4			3.67	Fuerte
6	4	4	3			3.67	Fuerte	6	4	4	3			3.67	Fuerte	6	4	4	3			3.67	Fuerte
7	4	4	4			4.00	Fuerte	7	4	4	4			4.00	Fuerte	7	4	4	4			4.00	Fuerte
8	4	4	3			3.67	Fuerte	8	4	4	3			3.67	Fuerte	8	4	4	3			3.67	Fuerte
9	3	4	3			3.33	Fuerte	9	3	4	3			3.33	Fuerte	9	3	4	3			3.33	Fuerte
10	4	4	3			3.67	Fuerte	10	4	4	3			3.67	Fuerte	10	4	4	3			3.67	Fuerte
11	4	4	4			4.00	Fuerte	11	4	4	4			4.00	Fuerte	11	4	4	4			4.00	Fuerte
12	3	4	4			3.67	Fuerte	12	3	4	4			3.67	Fuerte	12	3	4	4			3.67	Fuerte
13	3	4	4			3.67	Fuerte	13	3	4	4			3.67	Fuerte	13	3	4	4			3.67	Fuerte
14	4	4	4			4.00	Fuerte	14	4	4	4			4.00	Fuerte	14	4	4	4			4.00	Fuerte
15	4	4	3			3.67	Fuerte	15	4	4	3			3.67	Fuerte	15	4	4	3			3.67	Fuerte
16	4	4	4			4.00	Fuerte	16	4	4	4			4.00	Fuerte	16	4	4	4			4.00	Fuerte
17	4	4	3			3.67	Fuerte	17	4	4	3			3.67	Fuerte	17	4	4	3			3.67	Fuerte
18	4	4	4			4.00	Fuerte	18	4	4	4			4.00	Fuerte	18	4	4	4			4.00	Fuerte
19	4	4	4			4.00	Fuerte	19	4	4	4			4.00	Fuerte	19	4	4	4			4.00	Fuerte
20	4	4	4			4.00	Fuerte	20	4	4	4			4.00	Fuerte	20	4	4	4			4.00	Fuerte
21	4	4	3			3.67	Fuerte	21	4	4	3			3.67	Fuerte	21	4	4	3			3.67	Fuerte
22	4	4	4			4.00	Fuerte	22	4	4	4			4.00	Fuerte	22	4	4	4			4.00	Fuerte
23	4	4	4			4.00	Fuerte	23	4	4	4			4.00	Fuerte	23	4	4	4			4.00	Fuerte
24	3	4	3			3.33	Fuerte	24	3	4	3			3.33	Fuerte	24	3	4	3			3.33	Fuerte
25	3	4	3			3.33	Fuerte	25	3	4	3			3.33	Fuerte	25	3	4	3			3.33	Fuerte
26	3	4	3			3.33	Fuerte	26	3	4	3			3.33	Fuerte	26	3	4	3			3.33	Fuerte
27	3	4	3			3.33	Fuerte	27	3	4	3			3.33	Fuerte	27	3	4	3			3.33	Fuerte
28	3	4	4			3.67	Fuerte	28	3	4	4			3.67	Fuerte	28	3	4	4			3.67	Fuerte
29	4	4	3			3.67	Fuerte	29	4	4	3			3.67	Fuerte	29	4	4	3			3.67	Fuerte
30	4	4	4			4.00	Fuerte	30	4	4	4			4.00	Fuerte	30	4	4	4			4.00	Fuerte
31						0.00	Débil	31						0.00	Débil	31						0.00	Débil

Item	Suficiencia	Claridad	Coherencia	Relevancia	Global	Escala
1	0.00	3.33	3.33	3.33	3.33	Fuerte
2	0.00	3.67	3.67	3.67	3.67	Fuerte
3	0.00	3.33	3.33	3.33	3.33	Fuerte
4	0.00	3.67	3.67	3.67	3.67	Fuerte
5	0.00	3.67	3.67	3.67	3.67	Fuerte
6	0.00	3.67	3.67	3.67	3.67	Fuerte
7	0.00	4.00	4.00	4.00	4.00	Fuerte
8	0.00	3.67	3.67	3.67	3.67	Fuerte
9	0.00	3.33	3.33	3.33	3.33	Fuerte
10	0.00	3.67	3.67	3.67	3.67	Fuerte
11	0.00	4.00	4.00	4.00	4.00	Fuerte
12	0.00	3.67	3.67	3.67	3.67	Fuerte
13	0.00	3.67	3.67	3.67	3.67	Fuerte
14	0.00	4.00	4.00	4.00	4.00	Fuerte
15	0.00	3.67	3.67	3.67	3.67	Fuerte
16	0.00	4.00	4.00	4.00	4.00	Fuerte
17	0.00	3.67	3.67	3.67	3.67	Fuerte
18	0.00	4.00	4.00	4.00	4.00	Fuerte
19	0.00	4.00	4.00	4.00	4.00	Fuerte
20	0.00	4.00	4.00	4.00	4.00	Fuerte
21	0.00	3.67	3.67	3.67	3.67	Fuerte
22	0.00	4.00	4.00	4.00	4.00	Fuerte
23	0.00	4.00	4.00	4.00	4.00	Fuerte
24	0.00	3.33	3.33	3.33	3.33	Fuerte
25	0.00	3.33	3.33	3.33	3.33	Fuerte
26	0.00	3.33	3.33	3.33	3.33	Fuerte
27	0.00	3.33	3.33	3.33	3.33	Fuerte
28	0.00	3.67	3.67	3.67	3.67	Fuerte
29	0.00	3.67	3.67	3.67	3.67	Fuerte
30	0.00	4.00	4.00	4.00	4.00	Fuerte

V.-Aiken	Escala
2.220	Fuerte

Fiabilidad por capacidad discriminante del instrumento (ALFA DE CRONBACH)

Cuestionario: Gestión de ventas

PASO 10: MIDA LA FIABILIDAD DE SU INSTRUMENTO

10.1. CONFIABILIDAD: FIABILIDAD POR CAPACIDAD DISCRIMINANTE DEL INSTRUMENTO (ALFA DE CRONBACH)

Muestra	Items / Reactivos / Preguntas															TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	3	2	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	48
2	4	4	4	1	1	1	3	1	1	1	1	4	1	1	1	29
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
4	4	4	3	5	4	5	4	5	3	3	4	3	1	5	3	56
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	63
6	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	3	68
7	1	1	3	3	2	4	1	2	3	3	4	3	3	4	4	41
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
9	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	3	5	4	68
10	5	5	3	3	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	60
VARIANZA	1.3	1.4	0.6	1.4	1.7	1.3	1.2	1.5	1.0	0.8	1.2	0.6	1.6	1.3	1.0	139.0
TOTAL	17.7															

Nº ÍTEMS (K)	15
MÉTODO	ALFA DE CRONBACH
ALFA=	0.9351
Si el coeficiente es mayor a 0.8000 cercano a 1, entonces se tiene una alta confiabilidad del instrumento.	

Cuestionario: Rentabilidad

PASO 10: MIDA LA FIABILIDAD DE SU INSTRUMENTO

10.1. CONFIABILIDAD: FIABILIDAD POR CAPACIDAD DISCRIMINANTE DEL INSTRUMENTO (ALFA DE CRONBACH)

Muestra	Items / Reactivos / Preguntas										TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	1	5	5	5	5	4	5	5	5	45
2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	32
3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
5	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	28
6	3	3	3	3	4	2	2	1	2	1	24
7	2	4	2	1	4	2	4	2	2	2	25
8	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	48
9	5	5	2	2	4	5	2	2	2	5	34
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
VARIANZA	1.0	1.2	1.0	1.8	0.5	1.2	0.6	1.6	1.2	1.7	59.4
TOTAL	11.9										

Nº ÍTEMS (K)	10
MÉTODO	ALFA DE CRONBACH
ALFA=	0.8895
Si el coeficiente es mayor a 0.8000 cercano a 1, entonces se tiene una alta confiabilidad del instrumento.	

Anexo 8. Autorizaciones para el desarrollo del proyecto de investigación



Autorización para realizar investigación

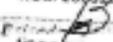
Yo, Brisedt Padilla Jibaja identificado con DNI N° 46533677, en calidad de representante de la empresa Acuicola el riego sac Con el cargo de Gerente General, mediante el presente se autoriza a los estudiantes:

1. Sánchez cueva yessica anali

del IX ciclo de la Escuela de Contabilidad, de la Universidad César Vallejo, filial Chiclayo, para que realicen su trabajo de investigación denominado Gestión de Ventas y la Rentabilidad en una Empresa Acuícola del Distrito de San José de Sisa, San Martín.

San Martín, 26 de octubre del 2023

Firma y sello

ACUICOLA EL RIEGO SAC
RUC. 20602033865

Gerente General

AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA

Yo, Brisedt Padilla Jibaja identificado con DNI 76533677 en mi calidad de gerente general del área de gerente de la Empresa Acuícola del Riego Sac con R.U.C N°20602033865 ubicada en Distrito de San José De Sisa, El Dorado, San Martín.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

Al señor (a, ita.) Yessica anali Sánchez Cueva identificado(s) con DNI N°47681915 de la Carrera profesional Contabilidad para que utilice la siguiente información de la empresa:
Consultar con los trabajadores de la empresa como se está manejando nuestra área de ventas. Estados financieros de los años 2020,2021 y 2022 para que realice su análisis respectivo.

Con la finalidad de que pueda desarrollar su () informe estadístico, (X) Trabajo de Investigación, () Tesis para optar el Título Profesional.

(X) Publique los resultados de la investigación en el repositorio institucional de la UCV,

(X) Mantener en reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
() Mencionar el nombre de la empresa.

ACUICOLA EL RIEGO SAC
RUC. 20602033865

Brisedt Padilla Jibaja
GERENTE GENERAL

Firma y sello del Representante Legal

DNI:76533677


Firma del Estudiante

DNI: 47681915



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Autorización de Publicación en Repositorio Institucional

Yo, Sánchez cueva yessica anali identificado con DNI N°47681915 y Escuela Profesional De Contabilidad de la Universidad César Vallejo, autorizo (x), no autorizo (autorizamos) () la divulgación y comunicación pública de mi Trabajo de Investigación:

Gestión de Ventas y la Rentabilidad en una Empresa Acuicola del Distrito de San José de Sisa, San Martín.

En el Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Lugar y fecha,

Apellidos y Nombres del Autor: Sánchez Cueva Yessica Anali	
DNI: 47681915	Firma 
ORCID: 0000-0002-6519-7030	

 INVESTIGA
UCV

ANEXO 6 - RESOLUCIÓN N° 066-2023-VI-UCV
AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS
RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la Organización: ACUICOLA EL RIEGO SAC	RUC:20602033865
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos: Briset Padilla Jibaja	DNI:765336771

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 8º, literal "c" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (RCU Nro. 0470-2022/UCV) ^(*), autorizo , no autorizo publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Gestión de Ventas y la Rentabilidad en una Empresa Acuicola del Distrito de San José de Sisa, San Martín.	
Nombre del Programa Académico: Programa SUBE-Formación para Adultos.	
Autor: Nombres y Apellidos: Sánchez cueva yessica anali	DNI:47681915

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Chiclayo, 26 de octubre del 2023

Firma y Sello:


Briset Padilla Jibaja

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 8º, literal "c." Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en las tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, ni en el cuerpo de la tesis ni en los anexos, pero sí será necesario describir sus características.

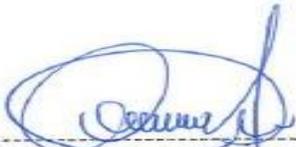
Anexo 9. Otras evidencias

ESTADO DE RESULTADOS

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2020
(EXPRESADO EN SOLES)

CUENTA	NOTA	2,020.00
Ingresos de Actividades Ordinarias	14	1,269,886.00
Costo de Ventas	15	-866,906.00
Ganancia (Pérdida) Bruta		402,980.00
Gastos de Ventas y Distribución	16	-14,219.00
Gastos de Administración	17	-187,916.00
Otros Ingresos Operativos		-
Otros Gastos Operativos		-
Otras Ganancias (Pérdidas)		-
Ganancia (Pérdida) Operativa		200,845.00
Ingresos Financieros		-
		-277.00
Ingresos por Intereses calculados usando el Método de Interés Efectivo		-
Gastos Financieros	18	-
Otros Ingresos	19	325.50
Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos	0	200,893.50
Ingreso (Gasto) por Impuesto		-
Ganancia (Pérdida) Neta de Operaciones Continuas	0	-
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio	0	200,893.50

Tarapoto, 31 de Diciembre del 2020


César Augusto Chancayé Niquen
CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
MAT. 02-7782

ESTADO DE RESULTADOS

AL 31 de DICIEMBRE DEL 2021
(EXPRESADO EN SOLES)

CUENTA	NOTA	2021
Ingresos de Actividades Ordinarias		2,760,519.00
Costo de Ventas		-1,740,297.00
Ganancia (Pérdida) Bruta		1,020,222.00
Gastos de Ventas y Distribución		-64,198.00
Gastos de Administración		-324,459.00
Otros Ingresos Operativos		-
Otros Gastos Operativos		-
Otras Ganancias (Pérdidas)		-
Ganancia (Pérdida) Operativa		631,565.00
Ganancia (Pérdida) de la Baja en Activos Financieros medidos al Costo Amortizado		-
Ingresos Financieros		-
Ingresos por Intereses calculados usando el Método de Interés Efectivo		-
Gastos Financieros		-
Otros Ingresos		-
Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos	0	631,565.00
Ingreso (Gasto) por Impuesto		-63,157.00
Ganancia (Pérdida) Neta de Operaciones Continuas	0	-
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio	0	568,408.00

Tarapoto, 31 de Diciembre del 2021


 César Augusto Chancayé Niquen
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 MAT. 02-7782

ESTADO DE RESULTADOS

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2022
(EXPRESADO EN SOLES)

CUENTA	NOTA	2022
Ingresos de Actividades Ordinarias		2,639,388.09
Costo de Ventas		-2,139,729.50
Ganancia (Pérdida) Bruta		499,658.59
Gastos de Ventas y Distribución		-29,197.17
Gastos de Administración		-265,750.36
Otros Ingresos Operativos		-
Otros Gastos Operativos		-
Otras Ganancias (Pérdidas)		204,711.06
Ganancia (Pérdida) Operativa		204,711.06
Ganancia (Pérdida) de la Baja en Activos Financieros medidos al Costo Amortizado		-
Ingresos Financieros		123.50
Ingresos por Intereses calculados usando el Método de Interes Efectivo		-
Gastos Financieros		-4,078.93
Otros Ingresos		-
Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos	0	200,755.63
Ingreso (Gasto) por Impuesto		
Ganancia (Pérdida) Neta de Operaciones Continuas	0	-
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio	0	200,755.63

Tarapoto, 31 de diciembre del 2022


 César Augusto Chancayé Niquen
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 MAT. 02-7782

ACUICOLA EL RIEGO SAC
ESTADO DE RESULTADOS COMPARATIVOS

CUENTA	2020	2021	2022
Ingresos de Actividades Ordinarias	1,269,886.00	2,760,519.00	2,639,388.09
Costo de Ventas	-866,906.00	-1,740,297.00	-2,139,730.00
Ganancia (Pérdida) Bruta	402,980.00	1,020,222.00	499,658.09
Gastos de Ventas y Distribución	-14,219.00	-64,198.00	-29,197.17
Gastos de Administración	-187,916.00	-324,459.00	-265,750.36
Otros Ingresos Operativos	-		
Otros Gastos Operativos	-		
Otras Ganancias (Pérdidas)	-		
Ganancia (Pérdida) Operativa	200,845.00	631,565.00	204,710.56
Ganancia (Pérdida) de la Baja en Activos Financieros medidos al Costo Amortizado	-		
Ingresos Financieros	-277.00		-4,078.93
Ingresos por Intereses calculados usando el Método de Interés Efectivo	-		123.50
Gastos Financieros	-		
Otros Ingresos	325.50		
Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos	200,893.50	631,565.00	200,755.13
Ingreso (Gasto) por Impuesto	-	63,157.00	
Ganancia (Pérdida) Neta de Operaciones Continuas	-		
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio	200,893.50	568,408.00	200,755.13


 César Augusto Chancayé Niquen
 CONTADOR PÚBLICO COLEGIADO
 MAT. 02-7782