

**Universidad Nacional Experimental
De los Llanos Occidentales
"Ezequiel Zamora"**



La Universidad que Siembra

**Vicerrectorado de
Infraestructura y
Procesos Industriales
Programa de Ciencias
Económicas y Sociales
Carrera: Contaduría
Pública**

**ESTRATEGIAS CONTABLES PARA LA OPTIMIZACION DE LA
RENTABILIDAD EN VENTAS EN INVERSIONES LOS SAMALEX 2000
C.A**

Sanare, Febrero 2025

**Universidad Nacional Experimental
De los Llanos Occidentales
“Ezequiel Zamora”**



La Universidad que Siembra

**Vicerrectorado de
Infraestructura y
Procesos Industriales
Programa de Ciencias
Económicas y Sociales
Carrera: Contaduría
Pública**

**ESTRATEGIAS CONTABLES PARA LA OPTIMIZACION DE LA
RENTABILIDAD EN VENTAS EN INVERSIONES LOS SAMALEX 2000
C.A**

*Trabajo de Aplicación como Requisito parcial para optar al grado de
Licenciado(a) en Contaduría Pública*

AUTORAS:

Mujica Maryelin

CI.28.328.592

Pérez Emily

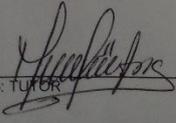
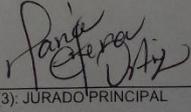
CI. 29.795.894

TUTORA:

Licda. Ana Mendoza

Sanare, febrero 2025

ACTA DEL JURADO EVALUADOR

	UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL DE LOS LLANOS OCCIDENTALES "EZEQUIEL ZAMORA" VICERRECTORADO DE INFRAESTRUCTURA Y PROCESOS INDUSTRIALES	
ACTA DE EVALUACIÓN TRABAJO DE APLICACIÓN CIENCIAS SOCIALES		
LICENCIATURA EN:	ADMINISTRACIÓN <input type="checkbox"/>	CONTADURÍA PÚBLICA <input checked="" type="checkbox"/>
		FECHA DE APROBACIÓN: 22 / 02 / 2025
AUTOR (ES):		
Apellido, Nombre y Cédula de Identidad		
MUJICA, MARYELIN. C.I. 28328592		
Apellido, Nombre y Cédula de Identidad		
PEREZ, EMILY. C.I. 29795894		
Apellido, Nombre y Cédula de Identidad		
TÍTULO DEL TRABAJO DE APLICACIÓN:		
ESTRATEGIAS CONTABLES PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LA RENTABILIDAD EN VENTAS DE INVERSIONES LOS SAMALEX 2000 C.A		
PROFESIONALES EVALUADORES DEL TRABAJO DE APLICACIÓN:		
1.- TUTOR:	MENDOZA ANA MERCEDES	10128671
	Apellidos	Nombres Cédula de Identidad
2.- JURADO PRINCIPAL - COORDINADOR:	JACA DECA MONICA	2554609
	Apellidos	Nombres Cédula de Identidad
3.- JURADO PRINCIPAL:	Daloz Brito Maria Elena	14593032
	Apellidos	Nombres Cédula de Identidad
OBSERVACIONES		
 LOS PROFESIONALES EVALUADORES DECIDIERON:		
APROBAR <input checked="" type="checkbox"/> REPROBAR <input type="checkbox"/>		
FIRMA (1): TUTOR	FIRMA (2): JURADO PRINCIPAL COORDINADOR	FIRMA (3): JURADO PRINCIPAL
		
<small>Elaborado por: Dr. Antonio L. Flores D.</small>		

CARTA DE APROBACIÓN DE LA TUTORA

Universidad Nacional Experimental
De Los Llanos Occidentales
"EZEQUIEL ZAMORA"

La Universidad que Siembra

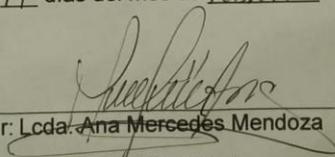
Vicerrectorado de Infraestructura
Y Procesos Industriales
Programa Ciencias Sociales
Carrera: Contaduría Pública

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, **Lcda. Ana Mercedes Mendoza**, Titular de la cedula de identidad Nro. V-10.128.671, en mi carácter de tutor de trabajo de aplicación titulado: **ESTRATEGIAS CONTABLES PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LA RENTABILIDAD EN VENTAS EN "INVERSIONES LOS SAMALEX 2000 C.A"**, presentando por los ciudadanos: **MUJICA MARYELIN C.I: V-28.328.592**, **PEREZ EMILY C.I. V-29.795.894**, para optar al título de **Licenciados en Contaduría Pública**, por medio de la presente certifico, he leído el trabajo y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador asignando para tal efecto.

Así mismo me comprometo como tutor, a estar presente en la defensa del trabajo de aplicación, en fecha, hora y lugar que se establezca para tal fin.

En la ciudad de Sanare, a los 17 días del mes de Febrero del año 2025.


Tutor: **Lcda. Ana Mercedes Mendoza**
C.I: 10.128.671

DEDICATORIA

- A Dios Todopoderoso, que nunca me abandona y siempre ilumina mi camino.
- A nuestros padres por habernos dado la vida, y hacer de nosotras unas personas emprendedoras de ellos hemos aprendido la esencia de lo que significa la lucha para triunfar con éxito a través del esfuerzo propio.
- A nuestra familia, por darnos fuerzas para continuar y alcanzar este propósito, gracias por apoyarnos y darnos ánimos para seguir adelante.
- A los compañeros de estudio con quienes compartimos momentos de alegría y de tristeza durante este ciclo gracias por el apoyo brindado.
- Y a todas aquellas personas que de una forma u otra nos apoyaron.

A todos ustedes, Infinitas Gracias....

AGRADECIMIENTOS

A Dios Todopoderoso, por guiarnos, ser luz en el camino y darnos fuerzas en los momentos de estrés y ansiedad; por ser nuestro principio y fin, nuestro inicio, desarrollo y seguramente nuestro cierre, porque nunca nos abandonas y su presencia se siente en cada paso que hemos dado.

A nuestros padres, por ser nuestro motor, por apostar en nosotras sin importar nuestros cambios repentinos de decisiones, por ser apoyo, bastón, por ser ejemplo de lucha, de muchas necesidades y porque nos han enseñado que en el esfuerzo esta la toma de resultados, que cada cosa que me proponamos al iniciar será difícil y mantenerse aún más, pero es allí donde debemos permanecer en determinación; por confiar en nosotras y por apostar a nuestro futuro, no solo económicamente sino también con su apoyo.

A nuestros hermanos, porque su apoyo ha sido primordial para cada decisión que hemos tomado hasta ahora.

Al resto de mi familia: porque su amor y apoyo me impulsan cada día a ser mejor y hacerlos sentir orgullosos de mí.

A nuestros amigos y compañeros de estudio porque cada consejo fue y es escuchado, por su apoyo y amistad.

A nuestros profesores que nos enseñaron, guiaron , moldearon, aconsejaron y evaluaron desde el principio de este camino hasta el final..

Y por último pero muy importante, a cada uno de los integrantes de la empresa Los Samalex C.A. por aceptarnos y recibirnos con las puertas abiertas y apostar a nuestra formación.

A todos y cada uno e incluso los que no alcance a nombrar en estas líneas un Dios les Bendiga y gracias por ser y estar.

INDICE

ACTA DE EVALUACION DEL JURADO.....	iii
CARTA DE VALIDACION.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vii
INDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE CUADROS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACTC.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I. EL PROBLEMA	
Planteamiento del problema.....	3
Objetivo General.....	10
Objetivos Específicos.....	10
Justificación de la investigación.....	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	
Antecedentes de la investigación.....	13
Bases teóricas.....	17
Bases legales.....	32
Sistema de variables.....	35
Operacionalización de las variables.....	35
CAPÍTULO III. MARCO METODOLOGICO	
Naturaleza de la investigación.....	36
Paradigma de la investigación.....	37
Tipo de investigación.....	37
Nivel de la investigación.....	37
Población.....	38
Muestra.....	39
Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	40
Validez y confiabilidad del instrumento	
Validez del instrumento.....	41

Confiabilidad del instrumento.....	41
Técnicas de análisis de información.....	42
CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	
Presentación y análisis de los resultados.....	43
CAPÍTULO V. LA PROPUESTA	
Presentación.....	53
Justificación o fundamentación.....	53
Estudios de factibilidad de la propuesta.....	54
Factibilidad Empresarial.....	55
Factibilidad Social.....	55
Factibilidad Economica.....	55
Objetivos de la propuesta	
Objetivo General.....	56
Objetivos Específicos.....	56
Presentación de las fases.....	57
Resultados parciales de la aplicación.....	65
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
CONCLUSIONES.....	67
RECOMENDACIONES.....	68
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	70
ANEXOS.....	76
ANEXO A.....	77
ANEXO B.....	78
ANEXO C.....	81

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	Cuadro de Operacionalización de Variables.....	35
Cuadro 2	Población objeto de estudio.....	39
Cuadro 3	Variable Dimensión contables	44
Cuadro 4	Variable Dimensión financiera	46
Cuadro 5	Variable Dimensión Rentabilidad de ventas	49
Cuadro 6	Presupuesto de la Estrategia	40
Cuadro 7	Fase I Capacitación.....	50
Cuadro 8	Fase II Acciones Estratégicas	53
Cuadro 9	Fase III Instrumentos de Gestión	57

ÍNDICE DE FIGURAS

GRAFICOS	Pág.
Grafica 1 Análisis de la Dimensión Contable.....	44
Grafica 2 Análisis de la Dimensión Financiera.....	46
Grafica 1 Análisis de la Dimensión Rentable.....	49

**Universidad Nacional Experimental
de los Llanos Occidentales
"Ezequiel Zamora"**



La Universidad que Siembra

**Vicerrectorado de
Infraestructura y
Procesos Industriales
Programa de Ciencias
Económicas y Sociales
Carrera: Contaduría
Pública**

**ESTRATEGIAS CONTABLES PARA LA OPTIMIZACION DE LA
RENTABILIDAD EN VENTAS EN INVERSIONES LOS SAMALEX 2000
C.A**

AUTORAS:

Mujica Maryelin CI.28.328.592

Pérez Emily CI. 29.795.894

TUTORA:

Licda. Ana Mendoza

Año: 2025

RESUMEN

El presente trabajo de aplicación, tiene como objetivo general: Implementar estrategias contables para la optimización de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara. se basó en un estudio enmarcado dentro del enfoque cuantitativo paradigma Positivista, bajo la investigación de campo. Estructurado en el diseño de proyecto no experimental y desarrollado en tres fases. I Diagnóstico, II Factibilidad, III Diseño de la Propuesta, la población como muestra censal conformada por dos (5) trabajadores de inversiones Los Samalex 2000 C.A., para la técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta y como instrumento el cuestionario, estructurado con catorce (14) ítem con alternativas de respuesta dicotómicas. La validez se realizó bajo tres expertos: uno (1) en metodología y dos (2) especialista en contaduría, en la confiabilidad se utilizó el coeficiente Kuder-Richardson o KR-20, arrojando como resultado 0,943. Como técnica de procesamientos de análisis de información se utilizó cuadros y gráficos reflejando las frecuencias y porcentajes. Concluyendo que en la empresa objeto de estudio pudo mejorar la toma de decisiones, optimizar la gestión financiera y asegurar el cumplimiento de la normativa contable, lo que se traduce en un mayor éxito en el ámbito de las inversiones.

Palabras Claves: Estrategias Contables- Rentabilidad en ventas

**Experimental national University
of the Western Plains
“Ezequiel Zamora”**



UNELLEZ

The University that Sows

**Vice-Rectorate of Infrastructure
and Industrial Processes
Economic Sciences Program and
Social
Career: Public Accounting**

**ACCOUNTING STRATEGIES TO OPTIMIZE PROFITABILITY IN SALES
IN INVESTMENTS LOS SAMALEX 2000 C.A.**

AUTHORS:

Mujica Maryelin Cl.28.328.592

Pérez Emily Cl. 29.795.894

TUTOR:

Atty. Ana Mercedes Mendoza

Year: 2025

ABSTRACTC

The general objective of this application work is: Implement accounting strategies to optimize the profitability of sales of Inversiones los Samalex 2000 C.A. located in Sanare, Lara State. It was based on a study framed within the quantitative Positivist paradigm approach, under field research. Structured in the design of a non-experimental project and developed in three phases. I Diagnosis, II Feasibility, III Design of the Proposal, the population as a census sample made up of two (5) investment workers Los Samalex 2000 C.A., for the data collection technique the survey was used and as an instrument the questionnaire, structured with fourteen (14) items with dichotomous response alternatives. Validity was carried out under three experts: one (1) in methodology and two (2) accounting specialists. For reliability, the Kuder-Richardson or KR-20 coefficient was used, yielding a result of 0.943. As a data analysis processing technique, tables and graphs were used reflecting frequencies and percentages. Concluding that the company under study was able to improve decision making, optimize financial management and ensure compliance with accounting regulations, which translates into greater success in the field of investments.

Keywords: Accounting Strategies - Sales Profitability

INTRODUCCIÓN

En el competitivo mundo empresarial actual, la optimización de la rentabilidad es un factor crítico para el éxito y la sostenibilidad de cualquier organización. En el ámbito de las inversiones, donde los recursos financieros se destinan a la adquisición de activos con el objetivo de generar rendimientos futuros, la implementación de estrategias contables adecuadas se vuelve esencial para maximizar la rentabilidad y garantizar el crecimiento del capital invertido.

El presente trabajo de aplicación, titulado "Estrategias contables para optimizar la rentabilidad en ventas de inversiones Los Samalex C.A.", se enfoca en el análisis y la propuesta de estrategias contables que permitan a la empresa Los Samalex C.A, mejorar la rentabilidad de sus inversiones. A través de un enfoque riguroso y detallado, se exploran los diferentes aspectos contables que influyen en la rentabilidad de las inversiones, desde la correcta valoración de los activos hasta la adecuada gestión de los ingresos y gastos asociados a las mismas.

Este estudio se justifica por la necesidad de las empresas de contar con herramientas y metodologías que les permitan tomar decisiones informadas y estratégicas en el ámbito de las inversiones. En un entorno económico dinámico y complejo, donde los mercados financieros están en constante cambio, es fundamental que las empresas puedan evaluar de manera precisa la rentabilidad de sus inversiones y adoptar estrategias contables que les permitan optimizar sus resultados.

La presente investigación se estructura en diferentes capítulos que abordan de manera sistemática los principales aspectos relacionados con la rentabilidad de las inversiones y las estrategias contables para su optimización. Se analizan conceptos clave como la valoración de activos, el reconocimiento de ingresos y gastos, el cálculo de indicadores de rentabilidad y la gestión del riesgo financiero. Asimismo, se proponen estrategias contables específicas para mejorar la rentabilidad de las ventas

de inversiones, teniendo en cuenta las particularidades de la empresa Los Samalex 2000 C.A, y su entorno competitivo.

Se espera que este trabajo de aplicación sea de utilidad para la empresa Los Samalex 2000 C.A, al proporcionarle recomendaciones y herramientas prácticas para mejorar la gestión de sus inversiones y optimizar su rentabilidad. Asimismo, se espera que este estudio contribuya al debate académico y profesional sobre la importancia de las estrategias contables en el ámbito de las inversiones, y que sirva de referencia para futuras investigaciones en este campo

El presente Trabajo de Aplicación está estructurado de la siguiente manera:

CAPITULO I: Planteamiento del problema, objetivo general, específicos y justificación.

CAPITULO II: Marco Teórico; Antecedentes de la Investigación, Bases Teóricas y Legales, es decir, autores, leyes y decretos en las cuales podamos basar nuestra investigación y el sistema de variables en conjunto con el Cuadro de Operacionalización de Variables.

CAPITULO III: Marco Metodológico: Naturaleza de la investigación, el nivel, diseño de la investigación, la población y muestra, técnicas e instrumento de recolección de datos, Validez, confiabilidad y la técnica de análisis de la Información que se realizó.

CAPITULO IV: se presenta el análisis e interpretación de los resultados obtenidos al aplicar el instrumento.

Capítulo V: Se plantea la propuesta a implementar, donde se detalla el título, la presentación, objetivos, fundamentación, desarrollo de la propuesta.

Finalmente las conclusiones, recomendaciones de la investigación, referencias Bibliográficas y anexos.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Hoy en día, debido al crecimiento en la cantidad de empresas dedicadas a diversos sectores económicos, en los últimos años en muchas regiones del mundo, la industria ha tomado significativa importancia y preferencia en el consumo local y regional, traduciéndose en la expansión de centros comerciales y tiendas por departamento. A partir de ello se puede observar la evolución y crecimiento del mercado liderado por las tiendas y negocios. En el caso de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) tienen un papel importante en la economía nacional dado que aportan significativamente al Producto Interno Bruto (PIB) y dan empleo al 75% de la Población Económicamente Activa (PEA).

Al respecto, Torriani (2018) Presidenta del Gremio Empresarial en Perú indicó:

“Este aporte evidencia el gran valor de las PYMES en la generación de empleo y producción del país; Sin embargo la mayoría de ellas no tienen acceso a las herramientas que emplean las grandes empresas en su proceso de expansión. Las Pequeñas y Medianas Empresas enfrentan grandes desafíos tanto económica como publicitariamente, quieren competir y son conscientes que deben producir con calidad y al alcance de los ingresos económicos de la población” (Pág. 2).

Cabe destacar, que uno de los retos más fuertes de este tipo de empresa, viene a ser mantener un nivel de rentabilidad. Este compromiso se hace cada día más necesario, ya que la crisis económica que afecta al mundo actualmente golpea de manera más seguida y contundente a este

grupo de organizaciones, que en la mayoría de los casos no cuenta con elevados capitales, para minimizar en gran forma sus precios, sin tener pérdidas ni bajar la calidad de los productos.

Es importante señalar que este tipo de empresa ha venido experimentando desde el año 2015 un descenso considerable en sus ingresos producto de una serie de factores sobre todo de tipo económico, como vienen a ser: problemas de transporte, por la falla de combustible, perdida de muchas cosechas por problemas ambientales y alto costo de los insumos para su desarrollo, problemas entre países, por mencionar algunos de ellos; Lo cual influye en el proceso de comercialización y por ende en los precios de los artículos, en los salarios, en la falta de empleo, todo lo cual causa en gran medida la disminución de las ventas y del poder adquisitivo de las personas, en muchos países del mundo.

A nivel mundial las empresas se ven afectada si existen problemas que desfavorezcan su productividad por su limitada organización y la falta de estrategias para incrementar su rentabilidad en las ventas. Se infiere entonces que las estrategias adoptadas por estas empresas no están en concordancia efectiva con su desenvolvimiento en su trabajo, por lo cual se hace necesario una revisión de las mismas, a fin de utilizar nuevas herramientas que permitan mejorar su desarrollo con miras a alcanzar el éxito en sus labores y crecer al ritmo de las nuevas exigencia empresarial.

En este mismo orden de ideas, Terán (2018) estudia las debilidades que tienen las Pymes en Ecuador. Estas son: deficiencias en cuanto a optimización de productos y procedimientos, orientación al consumidor, capacitación del personal, progreso tecnológico, gestión financiera, control de calidad, mejora continua, liderazgo, además de falta de capital.

Así mismo, en España, Lebrón (2017) indica que este problema impacta negativamente en la rentabilidad de las ventas, lo que implica una disminución de su capacidad potencial y destreza a seguir vigente en

campo. Un factor más significativo es la capacidad de capital, asociando el patrimonio técnico establecido por los activos por riesgo ponderado, y necesita permanecer en un mínimo del 9% para garantizar los movimientos presentes y futuros de las entidades según la normativa.

Seguidamente, Valiente (2019) afirma que la problemática de las organizaciones de Chimbote es el bajo grado de rentabilidad a causa de componentes y circunstancias que no se consideran, esto pone de manifiesto que las empresas no son capaces de establecer sus gastos de manera eficiente. Dichas empresas no presentan un adecuado método de gestión de información en relación a los gastos de comercialización e implica no disponer de un costo preciso del valor del producto.

De acuerdo a lo antes expuesto por los diferentes autores si alguna empresa presenta una de las problemáticas señaladas y al revisar los registros se observa un resultado no favorable, entonces aparece la necesidad de implementar estrategias para mejorar esta situación (Córdoba y otros 2018).

Igualmente, los autores señalados exponen:

“En Venezuela, el entorno económico es cambiante y tiene un impacto significativo en todo el proceso de comercialización de los productos, lo que pone en riesgo las inversiones realizadas por una empresa para lograr satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes. Es por ello, que las organizaciones se ven en la necesidad de tomar decisiones que les permitan adaptarse a dichos cambios y desarrollar a su vez la capacidad de competir en el mercado, de igual forma las que pretendan dominar el mismo deben distinguirse de otras, aprovechando sus fortalezas internas y buscando la mejor manera de sobrellevar sus debilidades”.

Como se puede observar, este país no escapa a la realidad marcada por las exigencias del entorno y la realidad económica-social que atraviesa

el país, donde las empresas se enfrentan día a día con muchos factores tales como fluctuación de la moneda, alto costo de la vida, cierre de empresas entre otros, que afectan su mercadeo y posicionamiento.

Es decir, el rendimiento denominado también rentabilidad viene a ser la utilidad que ha generado la empresa gracias a la administración competente e integral respecto a los costos y gastos de la organización (SUPERCIAS, 2020). Obtener buenos niveles de rentabilidad encierra altas expectativas, como resultado de toda acción económica, e implica el manejo eficiente de materiales, recursos y personas.

El rendimiento financiero es un indicador fundamental que refleja la salud económica y la capacidad de una empresa para generar valor para sus accionistas. De esta manera, la obtención de niveles satisfactorios de rentabilidad requiere del buen desempeño de la organización (Hoz et al., 2008). Ahora bien, la eficiencia financiera según Erazo et al (2020):

Es un área clave en las empresas, su primordial objetivo es maximizar el valor de las organizaciones, establecer bajos costos de financiamiento, aumento de rentabilidad de activos y una adecuada eficiencia de liquidez, mediante la implementación de herramientas de análisis económico – financiero para las organizaciones y la integración de acciones por parte del gestor financiero para maximizar los recursos y beneficios económicos (p. 431).

En relación al párrafo anterior, la eficiencia financiera busca hacer una gestión responsable de los recursos con los que cuenta la organización o empresa, con el objetivo de disminuir los riesgos financieros e incrementar su rendimiento. Al tener en cuenta todas estas variables, la toma de decisiones acertadas se hace más sencilla, al igual que el desarrollo de estrategias de inversión.

En este mismo orden de ideas, Diversos autores han analizado los principales desafíos que enfrentan las empresas, entre ellos García (2019) señala que la hiperinflación y la volatilidad cambiaria son dos de los principales obstáculos que enfrenta el sector empresarial venezolano. (p. 12). Lo anterior limita la capacidad empresarial para invertir en nuevos

proyectos, implementar herramientas tecnológicas que vayan de la mano con el crecimiento de las organizaciones, además de expandirse y mejorar su eficiencia operativa.

Asimismo Pérez (2007), señala que en el Estado Lara, uno de los principales problemas que se presentan en las Pymes, es que muestran un nivel bajo de ingresos, razón por la cual no cuentan con una estabilidad económica ni una organización administrativa y contable que les permita sostenerse en su actividad comercial, la mayoría de estas empresas ofertan productos con muchas similitudes, por lo que se apoyan con tácticas que hasta el momento no les han dado los resultados esperados, puesto que no cuentan con estrategias contables adecuadas, sus costos son elevados, es decir sus precios no son accesibles al público, además de no contar con recursos elevados para la adquisición de productos.

Por lo tanto, todo esto ha generado disminución en las ventas y por ende en la rentabilidad de las mismas, poca afluencia de clientes y por lo tanto la merma de los ingresos de cualquiera de estas empresas; debido en gran parte a la falta de ofertas más acorde con la situación económica que se vive en cada estado del país. Jordán (2021) en su reporte económico del diario la Prensa señala:

“Durante la crisis económica del país, unida a la pandemia del Coronavirus y sus limitaciones, las ventas en los diferentes comercios se mantuvieron bajas, sobre todo los dedicados a la venta de víveres, puesto que mejoró la distribución de productos, pero sufrieron un alza considerable en los precios y se volvieron poco accesibles a los ingresos de los consumidores. Muchos preguntan y preguntan, pero pocos son los que compran” (economía 2022).

Es así, que la empresa Inversiones Los Samalex 2000 C.A, ubicada en el Municipio Andrés Bello Blanco Avenida Comercio con calles José Elías Silva y José Antonio Páez, Sector Santa Ana, dedicada a la venta al mayor y al detal de víveres, carnicería, charcutería, frutas y verduras, no escapa de la realidad descrita en los párrafos anteriores, a partir de observaciones no estructuradas los investigadores pudieron

evidenciar que actualmente esta empresa enfrenta varias limitantes entre las que se pueden mencionar las siguientes; los registros son llevados en forma manual, sin ser llevados a la forma digital, lo cual hace más tardío su proceso, de la misma manera son llevadas las facturas, no llevan los registros contables como lo establece la ley, inconstancia en los niveles de ingreso generados por las ventas y los costos asociados a las mismas, lo cual no garantiza el margen de ganancia establecido por las leyes, manteniendo el porcentaje solo en el 23%, lo cual repercute en la estabilidad financiera del negocio y por ende la rentabilidad se ve afectada negativamente

Por otra parte presentan, fallas en las estrategias de precios, baja demanda en los productos y servicios ofrecidos, descontrol en los gastos, falta de diversificación, cambios en el entorno económico que afectan negativamente a la empresa, competencia emergente, estos problemas , generan impactos significativos en la empresa, induciendo a una disminución de la rentabilidad, dificultades para el cumplimiento de las obligaciones financieras, limitaciones para invertir en mejoras y crecimiento, pérdida de clientes o proveedores y en última instancia, incluso llevar a la quiebra de la empresa.

El poco conocimiento que presentan los dueños sobre las estrategias contables para optimizar la rentabilidad de ventas de la empresa, dificulta la obtención de financiamiento adicional o la evaluación de oportunidades de crecimiento. Esto ha generado que los dueños pasen por alto oportunidades de inversión o expansión, pues no poseen una visión clara del negocio y su capacidad para asumir nuevos compromisos financieros.

En este contexto, Sánchez (2019) señala que los procedimientos contables son esenciales para toda empresa, ya que gracias a ellos podrán ver sus gastos e ingresos, y así realizar proyecciones, evitando muchas veces crisis que pueden llevar al cierre de la empresa. Es decir, se trata de

una secuencia de actividades que conlleva al registro detallado de cómo se reciben, se cobran y se pagan bienes y servicios en una organización.

Por lo que, abordar estos problemas de rentabilidad, permitirá asegurar la sostenibilidad y el crecimiento de la empresa. Ante este escenario, de no tomarse medidas correctivas para tal situación, la empresa seguiría aumentando los niveles bajo de rentabilidad, generando así pérdidas económicas significativas que no le permitirán aumentar la eficiencia y productividad en las operaciones, lo cual afectaría la confiabilidad de la información financiera para la toma de decisiones acertadas, ya que emplear estrategias contables pertinentes, permitirán reflejar un renglón importante en los estados financieros. Por lo tanto, se hace necesario implementar estrategias contables para la optimización de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara.

Tomando en cuenta las dificultades, que atraviesa la empresa Inversiones los Samalex 2000 C.A, en relación a su baja rentabilidad de ventas, surgen las siguientes interrogantes de investigación:

¿Cuál es la situación actual de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara?

¿Cuáles son los elementos que conforman las estrategias contables para la optimización de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara?

¿Cómo aplicar las estrategias contables para la optimización de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara?

¿Cuáles serán los resultados de la aplicación de las estrategias contables para la optimización de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo General

Implementar estrategias contables para la optimización de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara.

1.2.2 Objetivos Específicos

Diagnosticar la situación actual de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara.

Determinar los elementos que conforman las estrategias contables para la optimización de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara.

Aplicar estrategias contables para la optimización de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara.

Evaluar los resultados aplicados de las estrategias contables para la optimización de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La justificación de la investigación, de acuerdo con Ñaupas, (2013) define que Justificar implica fundamentar las razones por las cuales se realiza la investigación, es decir, explicar su importancia. La explicación de estas razones puede agruparse en teóricas, metodológicas, práctica y empresarial, (p.220). Las Estrategias contables son una herramienta útil y necesaria para que se tomen decisiones apropiadas y exactas que conduzcan a la organización a un horizonte de oportunidades, crecimiento sostenible y competitividad para alcanzar sus objetivos y el éxito total en sus operaciones.

La presente investigación, es importante desde el punto de vista teórico, porque se creara un marco conceptual que permitirá generar reflexión en la empresa sobre los conocimientos existentes de los conceptos y definiciones señalados. Es decir, permitirá confrontar la teoría estudiada con la realidad y obtener resultados finales en beneficio de la organización.

Por otra parte la investigación se justifica desde el punto de vista contable, dado que abre la posibilidad para la aplicación de estrategias contables que permitan identificar las debilidades a nivel contable, mejorar la precisión y confiabilidad de la información, para así garantizar la toma de decisiones basadas en la realidad financiera de la empresa. De la misma manera permitirá elevar su porcentaje de ganancias de esta forma podría abrir nuevas sucursales y aumentar su capital, asimismo permitirá cumplir con las obligaciones legales y fiscales. Al realizar un análisis exhaustivo de los procesos financieros, se pueden identificar áreas de mejora y garantizar una distribución eficiente de los recursos para de esta manera contribuir a una mayor rentabilidad y sostenibilidad del negocio.

A nivel social se justifica, en vista de que investigación será de gran apoyo ya que a través de ella la empresa logrará mejorar en todos los ámbitos, comercial, laboral y gerencial, al tomar decisiones acertadas y efectivas incrementará sus ventas, y en consecuencia esto generaría bienestar y mejoras al recurso humano, el cual brindará un servicio eficiente a los usuarios y con todo esto logrará un mejor posicionamiento en el mercado.

Ahora bien, desde una perspectiva empresarial, esta investigación es relevante pues los hallazgos pueden ser utilizados para mejorar los análisis de costo, control de gastos, la gestión de inventarios, fortaleciendo así los informes financieros y promover la transparencia en el sector empresarial. Esto contribuye a la estabilidad y confianza en el sistema financiero en general, además se consolidará en el mercado y se posicionaría en la mente de los consumidores. Para garantizar la supervivencia y el éxito a largo plazo de la empresa Inversiones los

Samalex 2000 C.A. Así mismo, representa la oportunidad, de optimizar la rentabilidad de las ventas, minimizar los riesgos y mejorar la competitividad de la empresa en el mercado.

A nivel metodológico la investigación, es de gran relevancia, pues que este trabajo de investigación servirá de base para investigaciones futuras, relacionadas con el tema, por consiguiente, será un elemento de apoyo investigativo.

Ahora bien, este trabajo de aplicación se sustentará bajo la línea de investigación, sistemas contables, administrativos y de información, línea perteneciente al subprograma de contaduría pública de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, Venezuela (2009).

CAPITULO II

MARCO TEORICO

El marco teórico o marco referencial es un texto que identifica y expone los antecedentes, las teorías, las regulaciones y los lineamientos de un proyecto de investigación, de un programa de acción o de un proceso. Arias, (2006)

El marco teórico tiene como principal función recopilar los antecedentes de un tema de estudio (teorías, experimentos, datos, estadísticas, entre otros). Al hacer esto, el investigador puede identificar vacíos e interrogantes por explorar que justifican sus proyectos.

2.1 Antecedentes de la investigación

Los antecedentes en una investigación les permiten a los investigadores, la vinculación con las variables objeto de estudio, verificando con otras investigaciones los procedimientos que los otros investigadores han seguido, con el fin de destacar la relevancia del estudio y conformar el sustento teórico.

De acuerdo con Arias (ob.cit), señala que "reflejan los avances del conocimiento en un área determinada, y sirven de modelo o ejemplo para futuras investigaciones". Por consiguiente los Antecedentes o estudios previos son todos los trabajos o investigaciones realizados anteriormente y que tienen como propósito los mismos fines, de acuerdo a esto el presente trabajo realizado por el grupo investigador se toman los siguientes:

Como primer antecedente, se cita a Vergara (2023), realizó una tesis de grado titulada "Estrategias financieras para mejorar la rentabilidad de la empresa Axel plast E.I.K.L-Chiclayo, 2021" trabajo para optar el título profesional contador público, en la universidad Señor de Sipan Peru , el cual tuvo como objetivo Elaborar una propuesta de estrategias financieras

para mejorar la rentabilidad en la empresa Axel Plast E.I.R.L – Chiclayo, 2021, la metodología de enfoque fue cuantitativo, de tipo descriptivo y prepositivo, La población de estudio fue el contador y los estados financieros del 2019 y 2020, se aplicó las técnicas de la entrevista y el análisis documental, los instrumentos fue la guía de entrevista y guía de análisis documental que fueron validados por medio del juicio de expertos, con un diseño no experimental y transversal.

Los resultados respecto a la rentabilidad económica ha sido 39% y 45% representando el rendimiento de los activos de la empresa, mientras que en la rentabilidad financiera ha sido 38.87% y 45% permite interpretar que por cada unidad monetaria de los accionistas se ha obtenido esos porcentajes descritos; mientras que en la utilidad total, ha sido 7% en los años analizados, con la diferencia en la cantidad, en el 2020 se obtuvo un mejor ingreso S/ 95,559 debido a la mayor cantidad de ventas realizadas.

Se concluye con la propuesta de estrategias financieras gestión liquidez, rotación de activos, gestión de efectivo y mejora de políticas de control de efectivo para lo cual se requiere una inversión de S/ 3000 que permitirán mejorar la rentabilidad total donde se busca lograr resultados eficientes.

Este trabajo guarda estrecha relación al presente en cuanto a la empresa estudiada tiene la misma problemática detectada, puesto que demuestran presentar fallas en los registros contables y bajos porcentajes en su rentabilidad. Además ambos trabajos se relacionan por la necesidad de implementar estrategias para mejorar la rentabilidad de ventas.

Siguiendo el mismo orden de ideas, Antezana (2022), Elaboro una tesis titulada “Estrategias de control financiero para optimizar la rentabilidad de la empresa ferretería Pasitos, Chepén 2021. Para optar el título profesional de contador público, en la Universidad Señor de Sipan Perú, donde su objetivo general fue elaborar métodos de control financiero para maximizar la utilidad de la compañía ferretería Pasitos Chepén 2021, fue necesario utilizar un método con patrón básico, con criterio cuantitativo y

modelo experimental de grado descriptivo, por ello se solicitó a la gerencia y al área contable, un muestreo y la documentación del registro contable de la compañía. La población y muestra utilizada fue la administración y empleados de la empresa.

Entre los resultados más resaltantes que se obtuvieron fue que el control financiero de la entidad se realiza de manera efectiva, debido a que se lleva de manera clara y precisa los registros contables, además el margen de utilidad es apropiado, teniendo una diferencia favorable, si se toma como referencia la utilidad del año anterior, para potenciar el control financiero, se elaboraron mecanismos de monitoreo y fiscalización, a fin de asegurar resultados positivos en la utilidad de la compañía. También se tuvo como conclusiones que los mecanismos de control financiero maximizarán la utilidad de la compañía ferretera Pasitos.

Existen puntos de coincidencia en ambos trabajos en cuanto a que se ofrecen estrategias para optimizar la rentabilidad de las empresas estudiadas, así como también llevando los registros contables de manera organizada, También fueron utilizados métodos con modelo cuantitativo utilizado con detalle de las cuentas reales existentes dentro de la contabilidad en registros presentados.

Por otra parte es importante citar a Román (2020) en su trabajo de investigación titulado “Análisis y diseño de un modelo de gestión financiera para mejorar la rentabilidad y liquidez de la empresa Corporación CFC C.A. Araure Estado Portuguesa” para obtener Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, Contadora Pública Autorizada, su principal objetivo reside en diseñar un sistema de control financiero a través de diagnósticos financieros para la Corporación CFC. Se espera que dichos diagnósticos permitan aumentar los beneficios financieros, mejorar el modelo de gestión financiera, así como también los instrumentos financieros y las categorías de no derivados.

A través de la muestra y análisis detallado y ordenado se pudo determinar la pérdida de un periodo temporal, la cual corresponde al -

10.77% en promedio de decrecimiento. Este resultado se deriva del decrecimiento del -15.48% de los activos corrientes. Este activo incrementa de \$ 21.49 millones a \$23.06 millones en el periodo del 2015 al 2016; no obstante, en el periodo del 2016 al 2017 y 2018 sufre el decrecimiento de poco más del 20% en cada periodo, arrojando las cifras de 18,51 y de \$ 14.83 millones respectivamente. Se concluye que la empresa no ha logrado un crecimiento óptimo y esperado por los accionistas. Por ello, se propone un modelo de gestión financiera para mejorar los resultados de la empresa que a pesar de la baja que, ha tenido su rentabilidad es buena; pero se puede mejorar.

Esta investigación guarda relación con el presente trabajo, debido a que muestra, la creación de estrategias orientadas al diseño de gestión financiera para mejorar la rentabilidad y liquidez de la empresa, es necesario un análisis detallado de las proporciones para comprender el nivel de beneficio alcanzado y comprender lo que se ha hecho y lo que se ha logrado en términos de rentabilidad.

Por otra parte, Villegas y Villegas (2022) en su tesis de investigación de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado realizaron un trabajo titulado Estrategias Gerenciales Para El Cumplimiento De Los Procesos Contables De La Empresa Don José C.A, Estado Lara. El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general Proponer estrategias gerenciales para el cumplimiento de los procesos contables de la empresa Don José C.A, Barquisimeto Edo Lara, para ello se analizan las necesidades existentes dentro del área contable, así como su efecto en el cumplimiento de los objetivos empresariales. El estudio se enmarcó en una investigación tipo de campo, de nivel descriptivo, diseño no experimental, bajo la modalidad de proyecto factible.

Como técnicas de obtención de información se realizó un cuestionario de 16 ítems, de tipo dicotómico. La población seleccionada fue un total de 8 personas que trabajan en la empresa, sin embargo, se determinó una muestra intencional, de cuyo criterio de selección de las 6 personas, fue la relación directa con los procesos contables Para

determinar la validez y la confiabilidad del instrumento se aplicó el juicio de tres (3) expertos y el coeficiente KR20, determinando que los datos son confiables, dando un resultado de 0,914. Los resultados fueron analizados a través de la estadística descriptiva, representándose en tablas y su respectivo análisis. Llegando a la conclusión que al aplicar estrategias gerenciales cónsonas a la efectividad de los procesos contables se logra el cumplimiento de los objetivos empresariales y la optimización de los recursos.

El estudio antepuesto acerca de la gestión contable de la empresa se logra ver que para mantenerse estable debe lograr controlar muchos factores para garantizar su estabilidad y continuidad, es necesario conocer todos los elementos que requiere para lograr establecer el propósito de su negocio a partir de estos, se desarrollan las acciones para lograr que se cumplan los objetivos planteados.

Cabe destacar que el antecedente citado con anterioridad sirve de fundamento a la presente investigación, por cuanto proporciona información en el cumplimiento de los procesos contables para así evitar pérdidas de dinero en gastos innecesarios y a su vez esto permitiría identificar las áreas donde se pueda realizar recortes de gastos que ayuden a mejorar la rentabilidad de la empresa.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Estrategias

La palabra estrategia tiene su origen en las palabras griegas “stratos”, que se refiere a ejército, y “agein”, que significa guía. Así mismo, la palabra “strategos” que hacía alusión a “estratega”, también proviene del latín y del antiguo dialecto griego dórico. Como lo expresa Davies (2000), debido a que la estrategia se caracteriza por tener múltiples opciones, múltiples caminos y múltiples resultados, es más complejo su diseño y son más difíciles de implementar que otras soluciones lineales.

Para Chandler (2003), la estrategia es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la

asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas. Dicha definición, se enfoca en asumir que una organización no se hace de un día para otro, y que se requiere de mucho tiempo y de la aplicación de recursos suficientes para alcanzar la madurez.

2.2.2 Estrategias contables

Las estrategias contables tienen un importante impacto en la optimización del manejo del capital de trabajo y del flujo de efectivo esencial para garantizar la operatividad de las empresas, así como también, los compromisos de pago de los intereses financieros, pues su incumplimiento generaría una baja rentabilidad y un alto grado de endeudamiento.

Por lo tanto Cadrazco, (2020), señala que las estrategias contables garantizan la predicción mediante el estudio de los estados financieros históricos y su relación con acontecimientos futuros, como la calidad de las ganancias futuras, de igual manera, la información sobre activos y pasivos.

El control interno es la principal de todas las estrategias contables, pues permite identificar si existen desviaciones de recursos, mala utilización de herramientas, pagos de multas e intereses por descuido de los funcionarios, hechos que en su momento pueden causar limitaciones en el efectivo, puesto que son pagos no presupuestados, considerando que la información contable ha sido en múltiples ocasiones minimizada, puesto que requiere de precisión y trabajo constante, sin embargo, cuando se hace una interpretación adecuada se pueden realizar análisis que permiten tomar acertadas decisiones.

2.2.3 Registro en Libros Contables

El autor Zapata (2008) expone que: “Es el acto de registrar las transacciones por vez primera en libros adecuados mediante la forma de asiento contable y conforme vaya ocurriendo.”(Pg. 47). El registro se realiza mediante asientos; cada transacción durante todo el proceso contable debe ser registrada con los parámetros generalizados sin olvidar las referencias de cada asiento debido a que son importantes para conocer el detalle de cada movimiento registrado en el asiento.

2.2.4 Libro diario

De acuerdo Olivo, (1993). El libro diario es en el que se “registra por primera vez las operaciones de la empresa, en el que quedara registrada todas las transacciones que se dan lugar en una empresa y en orden cronológico. Es un libro que debe ser llevado obligatoriamente por el comerciante, el cual debe ser registrado y sellado en el tribunal o registro mercantil. Debe ser un libro estampado, foliado y deberá quedar sellado todas sus páginas”, (p.41).

Vite, (2014). El libro diario es “aquel donde registran cronológicamente las informaciones, esto es, el registro diario de las operaciones”, (p.80).
Olivo (ob.cit). Este libro de contabilidad se usa para “registrar todos los bienes, derechos y obligaciones con que se inicia la empresa, y lo que tiene y debe finalizar cada periodo contable.” (p.109).

2.2.5 Libro Mayor

Para Olivo, (ob.cit). El libro mayor es un “libro obligatorio que debe llevar todas las empresas, este libro agrupa todas las cuentas de activos, pasivos, capital, ingresos y egresos, que son utilizadas en una organización para llevar la contabilidad. Las operaciones se registran por primera vez en el libro diario, luego de haber cumplido este paso debemos realizar lo que se denomina pase al mayor. Esto consiste en que todos los asientos del diario deben pasarse a medida que van sucediendo al mayor”, (p.49).

El libro mayor también es definido por Vite, (2014). Es “aquel que recoge la información anotada en el diario. Sirve de fuente de información para conformar los estados financieros”, (p.80). Esta información del libro mayor para la empresa Inversiones los Samalex 2000 C.A, es de suma importancia ya que el libro mayor esta relacionando con el libro diario. Para poder saber los movimientos de cada cuenta contable de la empresa y así poder analizarla y verificar la información presentada para así poder obtener resultados inmediatos ,facilitando a la toma de decisiones.

Olivo (ob.cit). Dentro de la contabilidad, “el libro mayor se ocupa de la clasificación de las cuentas. Las cuentas es el instrumento contable que permite clasificar el activo, pasivo y el patrimonio, y en agruparlos de acuerdo a ciertas características de afinidad, lo que permite, controlar los aumentos y disminuciones que experimentan las diferentes partidas. Estos aumentos y disminuciones de las cuentas son registrados en el libro mayor, también llamado mayor general.” (p.119).

2.2.6 Pases al mayor

Olivo (ob.cit). “Es el proceso de distribuir y transferir, cuentas por cuentas, los registros previamente realizados en el libro diario. Esta acción se conoce también con el nombre de mayorizar o mayorización.” (p.121).

2.2.7 Balance de comprobación

De acuerdo con Olivo, (ob.cit). Una vez determinado los saldos de las cuentas del libro mayor, el siguiente paso será la elaboración del “balance de comprobación. Sabemos que toda operación conlleva al intercambio de valores en sentido contrario, toda transacción origina por lo menos un cargo y un abono por importes iguales. Si eso se cumple el registro de cada operación, el conjunto de todas las operaciones debe de dar como resultado un equilibrio entre todos los cargos y todos los abonos”, (p.52).

Asimismo, es una relación contable conformada por todas las cuentas que componen al libro mayor este balance facilita la preparación de los estados financieros. Su elaboración mensual le permite al contador verificar el trabajo realizado y detectar errores al no cumplirse.

Los resultados que se obtienen al final del ejercicio económico a través del balance de comprobación, es una información que la empresa Inversiones los Samalex 2000 C.A, tenía muy poco conocimiento y no sabía cómo elaborar de forma adecuada y correcta, pero esta información que se le suministra le sirve como ayuda y conocimiento para elaborar de forma clara y precisa su balance de comprobación.

2.2.8 Estados Financieros

Según Wild, y otros, (2007) señalan, que al final de un período, por lo común un trimestre o un año, se preparan los estados financieros para informar las actividades de financiamiento e inversión hasta la fecha en curso, así como para resumir las actividades de operación del período anterior.

Asimismo, Rodríguez Morales, (2012), sostienen que los estados financieros deben considerarse como un medio para comunicar información y no como un fin; su objetivo es proporcionar información sobre la situación financiera, los resultados de las operaciones, los flujos de efectivo y el movimiento en el capital contable de una entidad.

Por otra parte, Ochoa y Saldívar (2012), sustentan que “Son el producto final del sistema de contabilidad y están preparados con base al marco conceptual y al juicio profesional. Estos estados contienen información financiera y cada uno constituye un reporte especializado de ciertos aspectos de la empresa”.

Se concluye que los estados financieros son un medio que dota de información a una fecha determinada sobre la actual situación financiera de la empresa, de recursos, resultados y cambios sobre su capital.

2.2.9 Análisis financiero

Hernández (2005), define el análisis financiero como una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, que facilita el diagnóstico de la situación actual y la predicción de cualquier acontecimiento futuro; a su vez está orientado hacia la consecución de objetivos preestablecidos

En efecto, el análisis financiero es una herramienta clave para el manejo gerencial de toda organización, ya que contempla un conjunto de principios y procedimientos empleados en la transformación de la información contable, económica y financiera que, una vez procesada,

resulta útil para una toma de decisiones de inversión, financiación, planeación y control con mayor facilidad y pertinencia, aunado a que permite comparar los resultados obtenidos por una empresa durante un lapso de tiempo determinado con los resultados de otros negocios similares.

Asimismo, Rubio (2007), enfoca el análisis financiero como un proceso que consiste en la aplicación de un conjunto de técnicas e instrumentos analíticos a los estados financieros, para generar una serie de medidas y relaciones que son significativas y útiles para la toma de decisiones; puesto que, la información registrada en los estados financieros por sí sola no resulta suficiente para realizar una planificación financiera pertinente o analizar e interpretar los resultados obtenidos para conocer la situación financiera de la empresa.

El análisis de los estados financieros se caracteriza por ser una operación fundamentada en la reclasificación, recopilación, obtención y comparación de datos contables, operativos y financieros de una organización, que mediante la utilización de técnicas y herramientas adecuadas busca evaluar la posición financiera, el desarrollo y los resultados de la actividad empresarial en el presente y pasado para obtener las mejores estimaciones para el futuro.

Con base a estas afirmaciones, se deduce que el análisis financiero es una fase gerencial que abarca varias etapas. Inicialmente, se centra en la utilización y conversión de la información contable registrada en los estados financieros; posteriormente, se emplea como herramienta para seleccionar la información más adecuada, prevenir situaciones contraproducentes y predecir el futuro, mediante el cálculo de indicadores y la aplicación de técnicas específicas; y por último, llega al diagnóstico y evaluación de las condiciones económicas y financieras en las cuales se encuentra operando la organización.

Un reporte financiero, informe financiero o reporte contable es un documento que permite conocer el estado económico de una empresa,

entidad, organización o incluso de una persona individual. Se construye a partir de los datos registrados durante un periodo de tiempo concreto, como por ejemplo, un mes, un trimestre o un año.

Los reportes financieros son un elemento clave para las empresas, puesto que permiten convertir datos brutos, que por sí solos tienen poco o nulo valor, en información valiosa sobre el estado económico de la empresa.

2.2.10 Control de Costos

El control de costos está implícito en la comparación de los costos reales de los proyectos con los presupuestos de costos. A tal efecto, Palacios (2007) sostiene que el control de costos “implica hacer una revisión contable de los costos acumulados en el proyecto y hacer las comparaciones versus el presupuesto definitivo de trabajo. Esto permite determinar las variaciones, tomar los correctivos necesarios y aprender las lecciones pertinentes” (p. 647)

2.2.11 Control de Gastos

Se refiere al proceso de monitorear y administrar los gastos de una compañía para garantizar que se ajusten a su presupuesto y objetivos financieros. Esto implica realizar un seguimiento constante de los movimientos y tomar medidas para reducir aquellos que son innecesarios.

Sin un control adecuado, una organización puede tener gastos no identificados que terminan representando un fuerte golpe financiero. Asimismo puede terminar desperdiciando recursos valiosos en áreas que no generan retorno de inversión, lo que puede afectar su capacidad para pagar deudas, invertir en la empresa, generar ingresos adicionales y lo más importante sus niveles de rentabilidad. Rubio (ob.cit).

2.2.12 Fijación De Precios

Rojas (2023) define el proceso de fijación de precios como “una forma de calcular la rentabilidad que tendrá un producto o un servicio en el mercado. Su objetivo principal es encontrar un punto de equilibrio, en donde la retribución (ganancias) que se obtengan del producto o servicio, sean justas en relación a los costos de producción”.

Cabe destacar que existe una gran variedad de metodologías y estrategias de apoyo para analizar la situación del mercado y fijar el precio más adecuado al tipo de producto, tipo de consumidores y la influencia de factores económicos, sociales y demográficos.

2.2.13 Toma de Decisiones

Es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre diferentes opciones o formas posibles para resolver diferentes situaciones en la vida en diferentes contextos: laboral, económico, familiar, personal o social. Chiavenato, (2009), la toma de decisiones es un proceso que consiste en hacer un análisis y elegir entre varias opciones un curso de acción.

Es por esto, que para el desarrollo de ésta base teórica, se tomó información del Trabajo de Grado de Gabriela León (2014) donde señala que la toma de decisiones es una actividad diaria y consecuente para todo ser humano, el cual es de suma importancia tomar en cuenta dentro de una empresa siempre y cuando se analicen los pros y contras de la decisiones que sean tomadas y cuáles son las posibles consecuencias que se puedan presentar por no ser tomada la correcta decisión dentro de la organización o empresas ; es importante resaltar que la toma de decisiones juegan un papel fundamental en el desarrollo y directamente en el logro de los objetivos de una empresa.

Por tanto, resulta oportuno conocer y manejar adecuadamente las teorías que brindan conocimientos y estrategias de cómo tomar la mejor decisión para el bien de la empresa y el uso de los recursos con los que se

dispone, en este sentido, McNeill (1985) en Leon (ob.cit) define la decisión como: “La elección que se hace entre medidas operativas...”; para tomar la mejor elección es necesario contar con toda la información y alternativas para saber qué elegir. La toma de decisiones, para que sea exitosa, debe partir de una selección de alternativas, en donde ésta selección es el elemento clave para que la decisión tomada sea efectiva. Es importante resaltar que la toma de decisiones es uno de los procesos más importantes para la gerencia.

En el mismo contexto, se establecen cinco componentes principales en la técnica para la toma de decisiones:

- ✓ Información: estas se recogen tanto para los aspectos que están a favor como en contra del problema, con el fin de definir sus limitaciones.
- ✓ Conocimientos: si quien toma la decisión tiene conocimientos, ya sea de las circunstancias que rodean el problema o de una situación similar, entonces estos pueden utilizarse para seleccionar un curso de acción favorable.
- ✓ Experiencia: cuando un individuo soluciona un problema en forma particular, ya sea con resultados buenos o malos, esta experiencia le proporciona información para la solución del próximo problema similar.
- ✓ Análisis: No puede hablarse de un método en particular para analizar un problema, debe existir un complemento, pero no un remplazo de los otros ingredientes. En ausencia de un método para analizar matemáticamente un problema es posible estudiarlo con otros métodos diferentes. Si estos otros métodos también fallan, entonces debe confiarse en la intuición.
- ✓ Juicio: es necesario para combinar la información, los conocimientos, la experiencia y el análisis, con el fin de seleccionar el curso de acción apropiado. No existen substitutos del buen juicio. León (ob.cit), plantea que

“el éxito en la toma de decisiones radica en el conocimiento y en toda la información que se disponga, la selección de las alternativas optativas debe brindar los resultados y escenarios de los resultados de tomar esta decisión, de tal manera que el director o administrador pueda decidir contar con una visión amplia de los escenarios y elegir aquella opción más rentable y acorde a los objetivos de la organización o para la resolución de un conflicto, ya que una sana toma de decisiones requiere creatividad y confianza”

Es de mucha importancia la toma de decisiones desde el momento que es tomada una decisión y si la misma es tomada bajo las teorías antes planteadas, se puede tener la certeza de que se escogió la mejor alternativa posible, que se evaluaron todos los escenarios posibles y que se determinó que la selección era la más idónea y acorde a lo que requiere la empresa.

2.2.14 Rentabilidad

Para la definición de la rentabilidad se ha recurrido a diversos autores, entre ellos se tomaron en cuenta los siguientes:

Para Eslava (2016) la rentabilidad es la garantía de que la empresa obtiene ganancias al realizar inversiones ya sea de capital personal o de instituciones financieras. Es necesario un análisis detallado de las proporciones para comprender el nivel de beneficio alcanzado y comprender lo que se ha hecho y lo que se ha logrado en términos de rentabilidad.

Asimismo, Lizcano (2019) expone “la rentabilidad se conoce como el beneficio de las organizaciones que se representa en porcentajes, con respecto a la extensión económica, ejemplo; cuando se invierte un capital con dinero propio. Lo que se define, como la rentabilidad siendo esto como un beneficio final que se logra posterior al cumplimiento de las actividades organizacionales como producto de una inversión previa”.

Para Amat (2017) se considera como un instrumento importante para valorar la rentabilidad con conexión a las ventas, siendo esto la

consecuencia de formato común, el cual se simboliza como una determinada cantidad (%) de las ventas, recalcando así el vínculo de los ingresos y gastos necesarios, para obtener finalmente un resultado que permita verificar el nivel de rendimiento que se ha tenido en un determinado tiempo.

2.2.15 Las ventas

Según la definición de Peter Drucker (1989), uno de los principales pensadores y escritores sobre administración moderna, son "las actividades que generan ingresos para una empresa". En otras palabras, son los pedidos, contratos o acuerdos que una empresa recibe a cambio de bienes o servicios. El fin de las ventas es aumentar los ingresos de la empresa, lo que se conoce comúnmente como "ganancias". Las ventas también pueden incluir promociones, marketing, publicidad y estrategias de distribución.

Todos estos elementos son parte de una estrategia integral de ventas diseñada para ayudar a que la empresa alcance sus metas de ingresos y beneficios. Es un método detallado y de eficacia demostrada para vender un producto o servicio y es lo que garantiza una óptima gestión de ventas.

Según el autor Castro, (2019) plantea que: La venta es una transacción en la que un consumidor o cliente compra bienes de un fabricante o distribuidor basándose en la observación, una descripción del comerciante o una señal recibida de que la escala de producto es tan buena como una muestra, en su forma tradicional, normas; En segundo lugar, pensar más en los consumidores, entendiéndolo como un proceso de respetar e incorporar las necesidades y deseos de los clientes y ayudarlos a encontrar una manera de satisfacerse a través de los productos específicos; en tercer lugar, considerando al vendedor, la venta se define como un proceso social aquel vendedor transfiere su conocimiento e

información al comprador de sus generalizaciones, conceptos, bienes o servicios.

Asimismo es una actividad conveniente y beneficiosa convencer a los demás de lo que se debe dar para que decidan obtener. Ventas es el proceso de vender productos y servicios a los clientes a cambio de un pago. Es una parte importante de cualquier negocio y requiere una sólida comprensión de las preferencias de los clientes, las tendencias del mercado y las estrategias de precios. Para tener éxito en las ventas, las empresas deben desarrollar estrategias de marketing efectivas y mantener relaciones sólidas con sus clientes.

Un programa de ventas exitoso requiere un equipo de ventas bien informado, procesos eficientes y una estrategia de servicio al cliente bien definida. Importancia de ventas La venta es fundamental para asegurar el éxito a largo plazo de una empresa y es uno de los principales pilares para el desarrollo empresarial. La venta también es importante para el crecimiento de la empresa, al proporcionar información sobre los puntos fuertes de la compañía, sus productos y servicios y áreas potenciales para la mejora.

Así mismo, Rodríguez (2022). Un precio de venta es la cantidad que establece un vendedor para la adquisición de los bienes o servicios que ofrece por parte del comprador. Este monto representa el valor económico que tienen los bienes en el mercado y que se intercambian en una operación comercial.

2.2.16 Número de ventas

En este orden de idea se puede citar, Silva D (2015). El número de ventas se enfoca completamente en la cantidad de unidades vendidas y no en las ganancias obtenidas. Aunque pareciera una métrica poco importante, la verdad es que es completamente lo contrario. El número de ventas es un indicador fundamental de la salud de tu negocio. De esta

manera puedes evaluar tus estrategias de marketing, el desempeño del departamento de ventas y elegir la mejor logística para tus ventas en físico.

El número de venta es una métrica que mide la cantidad total de bienes o servicios que vende una empresa durante un periodo específico, se calcula multiplicando el número de unidades vendidas por el precio por unidad. Las empresas suelen utilizar esta métrica para determinar su participación de mercado y analizar sus tendencias de venta a lo largo del tiempo.

2.2.17 Rentabilidad neta del activo (Índice de Dupont)

Según Navas, (2012), “muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio”. Si bien la rentabilidad neta del activo se puede obtener dividiendo la utilidad neta para el activo total, la variación presentada en su fórmula conocida como Sistema Dupont 1, permite relacionar la rentabilidad de ventas y la rotación del activo total, con lo que se puede identificar las áreas responsables del desempeño de la rentabilidad del activo.

En algunos casos este indicador puede ser negativo debido a que para obtener las utilidades netas, las utilidades del ejercicio se ven afectadas por la conciliación tributaria, en la cual, si existe un monto muy alto de gastos no deducibles, el impuesto a la renta tendrá un valor elevado, el mismo que, al sumarse con la participación de trabajadores puede ser incluso superior a la utilidad del ejercicio.

2.2.18 Rentabilidad neta sobre ventas

Señalado por Flores (2013), La utilidad neta sobre las ventas, es un indicador más exacto del rendimiento, puesto que, contempla los costos operativos y económicos de la compañía (p. 196). Por otra parte, señala que es un indicador del rendimiento sobre las ventas, donde se toma en

cuenta los costos operativos, económicos, fiscales y ocupacionales de la compañía. Expresa cuánto dinero genera la organización por cada sol vendido de las existencias.

Para Contreras y Díaz (2015) “Es común que las compañías decidan su perspectiva y criterio sobre su situación financiera, por lo tanto, es importante conocer su utilidad neta sobre las ventas totales, la cual está compuesta de la utilización de sus recursos o de recursos externos, siendo este factor el que define la categoría financiera de la organización”.

Lavalle, (2017) expresa que el indicador hace una analogía entre el valor de ventas con la ganancia neta, también, cuantifica la utilidad de la empresa incluyendo costos financieros y de maniobra. El rendimiento relativo a las ventas se estima como el beneficio de las ganancias sobre el total de ventas, por lo tanto, se estima, a través, de una comparación entre las utilidades netas con la totalidad de las ventas de la compañía, dicha estimación se efectúa, luego de realizar la cancelación de los intereses.

Rentabilidad neta sobre ventas = Utilidad neta / venta

2.2.19 Margen Bruto

Según Navas, (ob.cit) Este índice permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos. En el caso de las empresas industriales, el costo de ventas corresponde al costo de producción más el de los inventarios de productos terminados. Por consiguiente, el método que se utilice para valorar los diferentes inventarios (materias primas, productos en proceso y productos terminados) puede incidir significativamente sobre el costo de ventas y, por lo tanto, sobre el margen bruto.

2.2.20 Ciclo de vida del cliente

Sterne (2009), el Ciclo de Vida del Cliente (CVC) describe la progresión que un cliente hace a través de la empresa. Esta forma de analizar a los clientes permite centrar la estrategia de marketing en el cliente y no en el producto. El ciclo de vida del cliente es una visión unificada actual y futura del cliente que integra todos los niveles de interacción entre el cliente y la empresa. Es una herramienta de soporte a la toma de decisiones que ayuda a mejorar las acciones comerciales de la compañía. El modelo del ciclo de vida del cliente permite centrarse o enfocarse en el cliente para satisfacer mejor sus expectativas acorde a sus requerimientos y permite aumentar las utilidades y ventas, como consecuencia de conocer las necesidades del cliente en cada fase de relacionamiento de la empresa con éste.

Para Valenzuela et al. (2007) la orientación al valor del cliente está bajo el paraguas de la orientación al mercado y del marketing de relaciones. Como respuesta al entorno cada vez más turbulento, competitivo y exigente, tanto del mercado como en tecnología, ambos enfoques convergen en la estrategia de negocio basada en la gestión de relaciones con clientes (Customer Relationship Management, CRM). Reinartz et al. (2004) citado por Valenzuela et al. (2007) describe el CRM como un proceso sistemático para gestionar la relación de iniciación, mantención y terminación con el cliente a través de todos los puntos de contactos con el cliente para maximizar el valor del portafolio de sus relaciones.

Este paradigma sitúa al cliente en el centro de todo el negocio y la gestión integrada de la relación con él, sirve como estrategia básica de supervivencia y crecimiento. Al centrarse en el cliente, éste pasa a estar por delante de los procesos internos de la organización, siendo la forma en que el cliente quiere interactuar con ella lo prioritario.

De esta manera el "actuar para el cliente" pasa a ser substituido por "actuar con el cliente". Por consiguiente, el enfoque va más allá de un marketing relacional apuntando a un marketing colaborativo entre cliente-empresa para la creación de valor. Gestionar el valor del cliente implica

optimizar cada uno de los aspectos que incrementan el valor del tiempo de vida del cliente (CustomerLifetime Value, CLV). Acorde a Berger y Nasr (1998) el CLV es el beneficio o pérdida neta para la empresa desde un cliente sobre la total vida de las transacciones de aquel cliente con la firma

2.3 Bases Legales

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), enmarcado en el Título III “De los Derechos Humanos y Garantías, y de los Deberes”, Capítulo VII “De los Derechos Económicos”, consagra en sus artículos lo siguiente:

Artículo 112: Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección de ambiente y otras de interés social. El estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad para el trabajo, empresa, industria, sin perjuicio de facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país.

Este artículo apoya la iniciativa pública y privada de dedicarse al comercio para la satisfacción tanto de la persona que tiene a su cargo, una empresa como para bien de la sociedad, el estado debe apoyar las iniciativas privadas a través el apoyo en la superación de sus fallas que en este caso puede ser a través de sus investigaciones de grupos que pertenecen a casa de estudios bien sea pública o privada.

También este artículo garantiza el libre ejercicio de la actividad comercial a cualquier persona que desee dedicarse a ella, bien sea en una empresa grande, mediana o pequeña siempre y cuando se rija por las leyes establecidas para el sector empresarial.

Artículo 308: El estado protegerá y promoverá la

pequeña y mediana industria, las cooperativas, las cajas de ahorro, así como también la empresa familiar, la microempresa y cualquier otra forma de asociación comunitaria para el trabajo, ahorro y el consumo, bajo régimen de propiedad colectiva, con el fin de fortalecer el desarrollo económico del país, sustentándolo en la iniciativa popular. Se asegurará la capacitación, la asistencia técnica y el financiamiento oportuno.

De acuerdo a lo establecido en los artículos presentados Claramente descrito el estado apoya a todas aquellas personas que busquen satisfacer sus necesidades y las de la población mediante un comercio o industria todo esto con la finalidad de impulsar el desarrollo del País. De tal manera que el comercio tanto de la pequeña o mediana empresa son impulsados para ejercer su actividad económica de forma legal.

Código de Comercio, gaceta Nº 475. Extraordinaria del 21 de diciembre de 1.955 De la Contabilidad Mercantil

En su **Artículo 32:** Todo comerciante debe llevar en idioma castellano su contabilidad, la cual comprenderá, obligatoriamente, el libro de Diario, el libro Mayor y el de Inventarios. Podrá llevar, además, todos los libros auxiliares que estimare conveniente para el mayor orden y claridad de sus operaciones. (p.10).

Dentro de lo formulado en este artículo se presenta la obligatoriedad de que en cada comercio sea llevado libros de control contable, que es donde se lleva de manera detallada organizada y clara todos los registros de una empresa para demostrar todas las operaciones realizadas.

Artículo 33: El libro Diario y el de Inventario no pueden ponerse en uso sin que hayan sido previamente presentados al Tribunal o Registrador Mercantil, en los lugares donde los haya, o al Juez ordinario de la mayor categoría en la localidad donde no existen aquellos funcionarios, a fin de poner en primer folio de libre no de las que tuviere, fechada y firmada por el juez y su secretario o por el registrador mercantil. (p.10).

Artículo 34: En el libro Diario se asentarán, día por día, las operaciones que haga el comerciante, de modo que cada partida exprese claramente quién es el acreedor y quién el deudor, en la negociación a que se refiere, o se resumirán mensualmente, por lo menos, los totales de esas operaciones siempre que, en este caso, se conserven todos los documentos que permitan comprobar tales operaciones, día por día. No obstante, los comerciantes por menor, es decir, los que habitualmente sólo vendan al detal, directamente al consumidor, cumplirán con la obligación que impone este artículo con sólo asentar diariamente un resumen de las compras y ventas hechas al contado, y detalladamente las que hicieran a crédito, y los pagos y cobros con motivo de éstas.

El registro de aquellos libros donde se llevan el control de las operaciones contables de una empresa, es indispensable para garantizar la validez de la información a la hora de cualquier declaración fiscal de ingreso y egreso de una organización empresarial.

Cuadro #1. Operación de las variables.

Objetivo General: Implementar estrategias contables para optimizar la rentabilidad de las ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara.

Objetivo Específicos	Variables	Definición	Dimensión	Indicadores	Ítems
<p>*Diagnosticar la situación actual de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara.</p> <p>*Determinar los elementos que conforman las estrategias contables para la optimización de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara.</p> <p>*Aplicar estrategias contables para la optimización de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara.</p> <p>*Evaluar los resultados aplicados de las estrategias contables para la optimización de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara.</p>	Estrategias contables	"Son las acciones planificadas y coordinadas que una empresa lleva a cabo para alcanzar sus objetivos financieros y contables. Estas estrategias pueden incluir la optimización de procesos contables, la implementación de sistemas de información financiera, la gestión eficiente de los recursos económicos, entre otros aspectos". Sánchez (2019)	Contable	Libros contables	1
				Balance de comprobación	2
				Estados financieros	3
			Financiera	Análisis financieros	4
				Control de costos	5
				Control de gastos	6
				Fijación de precios	7
				Toma de decisiones	8
	Rentabilidad de ventas	"Es un indicador clave para evaluar la salud financiera de una empresa y su capacidad para generar beneficios a partir de sus operaciones, la rentabilidad de ventas se calcula como el margen de beneficio o utilidad neta dividida por las ventas totales". Brealey y Myers (2017).	Rentable	Ventas	9
				Volumen de ventas	10
				Rentabilidad neta del activo	11
				Rentabilidad neta de ventas	12
				Margen bruto	13
				Ciclo de vida del cliente	14

CAPITULO III

Marco Metodológico

En el desarrollo del presente capítulo se describirá el recorrido metodológico que se completara para el cumplimiento de los objetivos propuestos en la investigación, definido por Balestrini (2006) de la siguiente manera:

El Marco Metodológico, está referido al momento que alude al conjunto de procedimientos lógicos, tecno-operacionales implícitos en todo proceso de investigación, con el objeto de ponerlos de manifiesto y sistematizarlos; a propósito de permitir descubrir y analizar los supuestos del estudio y de reconstruir los datos, a partir de los conceptos teóricos convencionalmente operacionalizados (p.125).

Así pues, seguidamente se puntualizaran de manera específica este conjunto de procedimientos que estarán destinados a describir y analizar el fondo del problema planteado en las etapas anteriores, y que permitirá dar respuesta a través de los mecanismos sistemáticos y ordenados, seleccionados para tal fin.

3.1 Enfoque de la Investigación

El estudio tiene un enfoque cuantitativo, según Hernández, Fernández y Baptista (2006), "Usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamientos y probar teorías". (p.5).

Al respecto Hurtado y Toro (1998), lo definen como "aquel donde prevalece la utilización de instrumentos de medición y comparación, proporcionando datos cuyo análisis amerita el uso de la estadística y modelos matemáticos". Adicional a lo expresado, los autores señalan que dicho enfoque está basado en la observación, descripción y explicación, como formade traducir la realidad en aspectos cuantificables.

En tal sentido; la investigación es cuantitativa porque muestra los datos de forma numérica, como en porcentajes, en este caso al aplicar el

método de KR-20 para determinar la confiabilidad del instrumento, dará como resultado un coeficiente numérico, y al analizar los resultados se generarán cuadros estadísticos. Lo que implica que se realizaran preguntas específicas y de las respuestas de los participantes (encuestas), se van a obtener muestras numéricas.

3.2 Paradigma de la investigación

Esta investigación está enmarcada en el paradigma científico positivista, el cual según Ferrero y Gonzalez (2006) “el positivismo mantiene que todo conocimiento científico se basa sobre la experiencia de los sentidos sólo puede avanzarse mediante la observación y el experimento, asociados al método científico”.

Así mismo, se tiene que el paradigma positivista se sustenta en las teorías filosóficas de Augusto Comte (2024) “aquella actitud o modo de pensar que se atiene a lo positivo o cualidad que poseen únicamente aquellos hechos que pueden captarse directamente por los sentidos y someterse a verificación empírica”. Como es el caso de la presente investigación, que se llevó a cabo por medio de una observación directa a la empresa, a su control y verificación del mismo.

3.3 Tipo de investigación

El presente trabajo está enfocado en la investigación de campo, que según Bautista (2009) “en la investigación de campo los datos son tomados de fuentes vivas, en contacto directo con los sujetos involucrados con la problemática o situación en estudio, generalmente se realizan en un espacio natural donde se realizan las observaciones”.

3.4 Nivel de la investigación

Esta investigación es de tipo Descriptiva, por cuanto se describen los procedimientos financieros aplicados en las operaciones contables que se desarrollan en la empresa.

En este orden de ideas, Tamayo y Tamayo (2006) definen que "el tipo de investigación descriptiva, comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos; el enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo, cosa funciona en el presente".

Además es descriptiva porque se examinara el fenómeno que está ocurriendo en su entorno real, es decir, el análisis de los procedimientos contables realizados con la ejecución de proyectos, tomando en consideración la realidad de los hechos para presentar una interpretación correcta de los mismos.

3.5 Diseño de la investigación

En cuanto al diseño se entiende como tal la descripción de los pasos a seguir por el investigador para diseñar y presentar una propuesta.

En este sentido la investigación se abordará con un diseño no Experimental, dado que no se modifican en ningún momento las características de la situación encontrada. Al respecto Balestrini (2001), define la investigación no experimental "Como una relativa y circunscrita área de estudio, a través de la cual, los datos se recogen de manera directa de la realidad en su ambiente natural, con la aplicación de determinados instrumentos de recolección de información, considerándose de esta forma que los datos son primarios; por cuanto se recogen en su realidad cotidiana natural, observando, entrevistando o integrando a las personas vinculadas con el problema investigado" (p.8). No se experimenta nada, solo se observan los acontecimientos para analizarlos.

3.6 Población

La población, se define según Tamayo y Tamayo (ob.cit) como la "totalidad del fenómeno estudiar" (p.114). Estos individuos presentan características, propiedades o cualidades comunes que delimitan la investigación en torno a las variables que se van medir o describir.

Se pueden distinguir diversos tipos de población, según el número de individuos que las conforman pueden ser finitos o infinitos. En el caso de esta investigación la población es finita, ya que el investigador conoce el número de individuos y posee un registro de estos. Según Chávez (2001), las poblaciones finitas “son aquellas con un número inferior a 100.000 individuos”.

Cabe destacar que por su parte Hernández citado en Castro (2003), expresa que "si la población es menor a diez (10) individuos, la población es igual a la muestra" (p.69).

En la presente investigación las unidades de análisis objeto de estudio será todo el personal (07) personas que laboran en los departamentos de ventas y administración en INVERSIONES LOS SAMALEX 2000 C.A.

Cuadro #2 Población

Descripción	Cantidad
Administrativo	01
Asistente de Ventas	06
Total	07

Fuente: Mujica, M. Pérez, E (2024).

3.7 Muestra

Con respecto a la muestra, Balestrini (2006) la define como “una parte de la población, o sea, un número de individuos u objetos seleccionados científicamente”. Es decir, está no es más que una parte de la población que comparte sus características, por lo que puede representarla. En el caso de esta investigación, la muestra estará representada por la misma población debido al tamaño de la misma, conformada por siete personas (07).

3.8 Técnicas de recolección de datos

En toda investigación deben exponerse los métodos, técnicas e instrumentos por medio de los cuales se obtendrá la información requerida para desarrollar la información. Las técnicas de recolección de datos, son definidas por Tamayo (1999), como “La expresión operativa del diseño de investigación y que especifica concretamente como se hizo la investigación” (p. 126). Por otra parte; en opinión de Rodríguez Peñuelas (2008) “Las técnicas son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas” (p.10).

De acuerdo a la técnica, se utilizará la encuesta escrita y como instrumento el cuestionario que según Hurtado (2008), “Es la información que se recoge solicitándola a otra persona. El investigador no puede tener la experiencia directa del evento; es otro quien la tiene, la información se obtiene dialogando” (p.154). Igualmente, Pardinás (2005) expresa que “La técnica de la encuesta consiste simplemente en plantear las preguntas tan rápidamente como el entrevistado sea capaz de comprender y de responder” (p.115). Por consiguiente, la encuesta es una conversación entre dos o más personas basándose en una serie de preguntas o afirmaciones que plantea el entrevistador y sobre las que la persona entrevistada da su respuesta.

3.9 Instrumentos de la recolección de datos

Como instrumento para recolectar la información se utilizará el cuestionario, sobre lo cual Zapata (2006) plantea que “El diseño del cuestionario presupone estructurar un conjunto de cuestiones que están en el planteamiento del problema pero que concreta las ideas, creencias y supuestos que tiene el investigador” (p. 195). Mientras que para Gómez (2006) un cuestionario “consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (p. 125). De manera que el cuestionario permite recopilar los datos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos en el proyecto de investigación.

Se diseñará un cuestionario de preguntas cerradas de modalidad dicotómica. Para Arias (2006) "Un cuestionario de preguntas cerradas: son aquellas que establecen previamente las opciones que puede elegir el encuestado. Estas se clasifican en dicotómicas cuando ofrecen solo dos opciones de respuesta" (p.67).

Esto indica que las preguntas cerradas ofrecen a la persona encuestada las alternativas de respuesta, en este caso dicotómicas porque solo son dos alternativas, lo que permite mayor destreza al aplicar y codificar; además de que las respuestas que se obtienen son sumamente claras y específicas para el momento del análisis.

3.10 Validez y confiabilidad

En cuanto a la validez de un instrumento según Hernández y Sampieri (1997) expresa "La validez en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que quiere medir."

De igual manera, Rusque (2012) explica "La Validez representa la posibilidad de un método ente de investigación, que sea capaz de responder a las interrogantes formuladas".

Para que este instrumento posea validez será diseñado fundamentalmente para recoger la información exacta sobre el tema de la presente investigación. Respecto a esto, el instrumento diseñado para la recolección de información, debe ser validado por un grupo de tres (03) expertos, en este caso dos (02) profesionales en Contaduría Pública y un (01) metodólogo quienes harán sus respectivos juicios y determinaran si el instrumento tiene pertinencia, coherencia y congruencia con el tema.

3.11 Confiabilidad

En relación a la confiabilidad de un instrumento de medición, para Hernández, Fernández y Baptista (2006), "... se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales".

Según estos autores, esto sucede cuando se lleva a cabo una investigación, siendo el instrumento confiable y válido.

Es importante destacar que uno de los métodos de confiabilidad más reconocido es el de Kuder Richardson (Formula KR 20), el cual según Andrade y Celi (2016) lo definen como “la exactitud o precisión de un instrumento, es decir, la carencia relativa de errores de medición de instrumento.” (p.27), por ende, el cálculo de la confiabilidad cuando las variables son dicotómicas (dos alternativas de respuesta Si - No) es pertinente aplicar este tipo de coeficiente (Kuder-Richardson KR 20).

3.12 Técnicas para el Análisis de la Información:

La investigación se situó en la metodología cuantitativa, por esta razón para la recolección de datos se aplicó dos instrumentos tipo cuestionario cerrado, los resultados de estos fueron evaluados a través de un análisis crítico. Sabino (2006) agrega que "El análisis crítico supone la revisión de un conjunto de informaciones que a partir de la cuales se realizan inferencias, razonamientos, comparaciones, argumentaciones, deducciones, estimaciones y explicaciones (p. 66).

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se dan a conocer los resultados obtenidos después de la aplicación del instrumento de recolección de datos, en el tema propuesto se utilizó un cuestionario de catorce (14) ítems, de tipo dicotómico con opciones de respuesta “SI o No”, el mismo fue aplicado al personal que labora en la empresa Los Samalex 2000 C.A que en total son seis (06), los mismos fueron presentados tomando en cuenta la recomendación de Arias (2006), quien expresa:

Se presentan en cuadros de distribución de frecuencias y porcentajes por cada dimensión, con sus respectivos indicadores derivados de las variables objeto de estudio, y así mismo la representación gráfica, para la interpretación de los resultados en donde se dan respuesta a cada uno de los objetivos específicos (p.103).

Los resultados obtenidos en la aplicación del instrumento permitieron la organización de los datos a través de la estadística descriptiva y se construyeron tablas de distribución de frecuencias y porcentajes por cada dimensión con los respectivos indicadores de acuerdo a la variable, además se calcularon los totales promedios de cada opción de respuesta presentados en cada una de las tablas, igualmente se hace un análisis e interpretación de los resultados obtenido ítems por ítems contemplando lo establecido en la tabla de operacionalización, quedando los resultados de la siguiente manera:

A continuación se presentan los resultados obtenidos en el desarrollo de la investigación, que dan soporte a los objetivos planteados: Cumpliendo con el Objetivo específico N° 1: Diagnosticar la situación actual de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara.

Variable: Estrategias contables

Dimensión: Contable

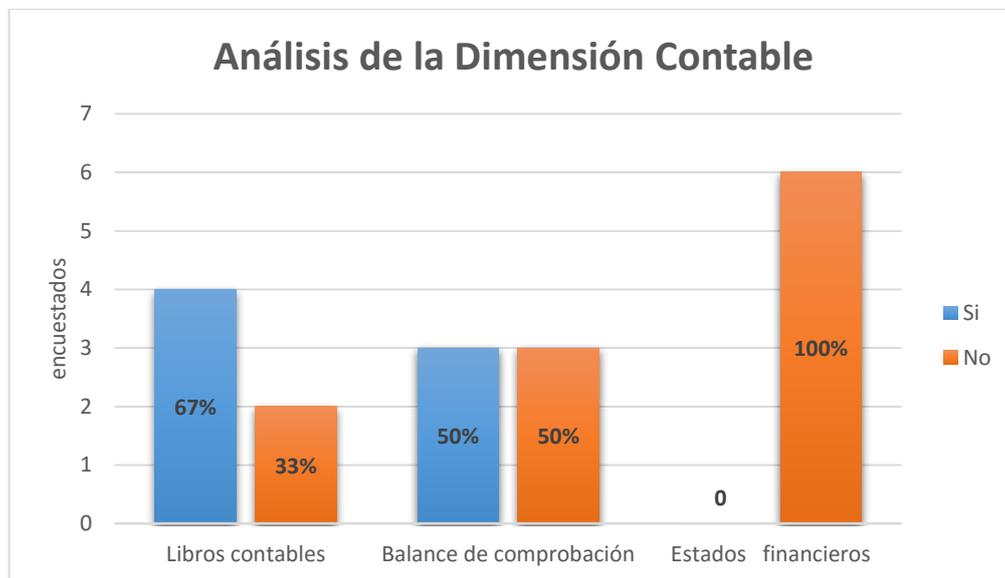
Indicadores: Libros contables; Balance de comprobación; Estados financieros

Tabla#3. Variable Estrategias contables

Items	Indicadores	Si		No		Total
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
1	Libros contables	4	67	2	33	6
2	Balance de comprobación	3	50	3	50	6
3	Estados financieros	0	0	6	100	6

Fuente: Mujica, Pérez (2025)

Gráfica # 1. Análisis de la Dimensión Contable



Fuente: Mujica, Pérez (2025)

Ahora bien, para iniciar el análisis de la variable “Estrategias contables”, es necesario establecer que son las acciones planificadas y coordinadas que una empresa lleva a cabo para alcanzar sus objetivos financieros y contables. Estas estrategias pueden incluir la optimización de procesos contables, la implementación de sistemas de información financiera, la gestión eficiente de los recursos económicos, entre otros aspectos”. Sánchez (2019).

Por ende, teniendo en cuenta los resultados del diagnóstico a partir de la implementación del cuestionario, la investigadora obtuvo las siguientes respuestas, con relación a los ítems del 1 al 3, el 61 % de los encuestados responden que, No se llevan los libros contables actualizados el balance de comprobación y los estados financieros no son detallado al menos una vez al trimestre en la empresa Los Samalex 2000 C.A.

Es decir, entendiendo según Zapata (2008) expone que el registro de los libros contables: “Es el acto de registrar las transacciones por vez primera en libros adecuados mediante la forma de asiento contable y conforme vaya ocurriendo.”(Pg. 47). El registro se realiza mediante asientos; cada transacción durante todo el proceso contable debe ser registrada con los parámetros generalizados sin olvidar las referencias de cada asiento debido a que son importantes para conocer el detalle de cada movimiento registrado en el asiento.

Así también, el balance de comprobación, se define por este mismo autor, como una relación contable conformada por todas las cuentas que componen al libro mayor este balance facilita la preparación de los estados financieros. Su elaboración mensual le permite al contador verificar el trabajo realizado y detectar errores al no cumplirse

Ahora bien, con relación a los estados financieros Según Wild, y otros, (2007) señalan, que al final de un período, por lo común un trimestre o un año, se preparan los estados financieros para informar las actividades de financiamiento e inversión hasta la fecha en curso, así como para resumir las actividades de operación del período anterior. Los estados financieros son un medio que dota de información a una fecha determinada sobre la actual situación financiera de la empresa, de recursos, resultados y cambios sobre su capital.

Análisis de la Dimensión Financiera

Variable: Estrategias contables

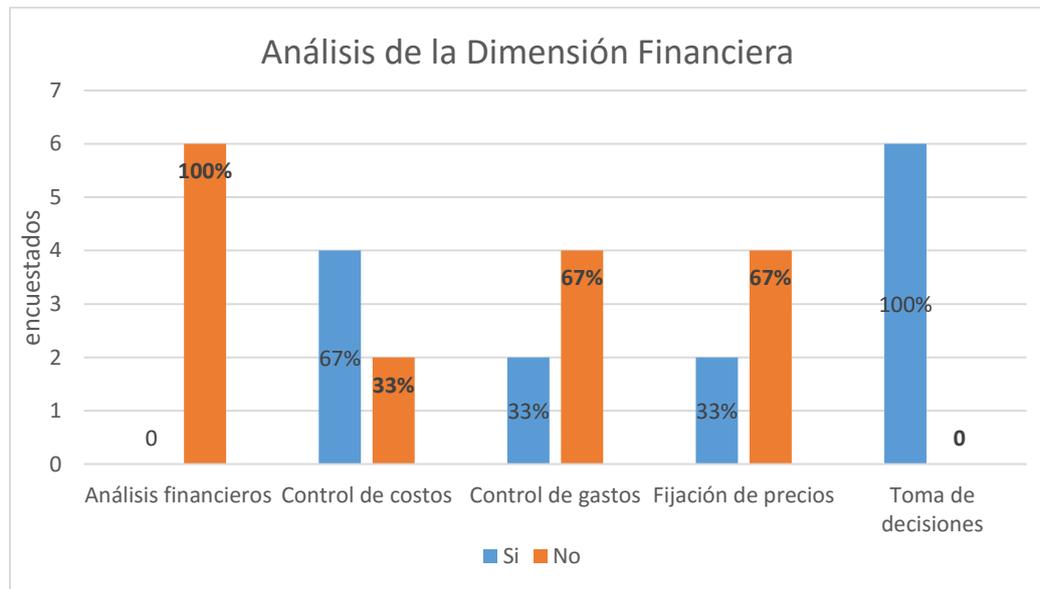
Indicadores: Análisis financieros; Control de costos; Control de gastos; Fijación de precios; Toma de decisiones

Tabla # 4. Variable Estrategias contables

Ítems	Indicadores	Si		No		Total
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
4	Análisis financieros	0	0	6	100	6
5	Control de costos	4	67	2	33	6
6	Control de gastos	2	33	4	67	6
7	Fijación de precios	2	33	4	67	6
8	Toma de decisiones	6	100	0	0	6

Fuente: Mujica, Pérez (2025)

Gráfica # 2. Análisis de la Dimensión Financiera



Fuente: Mujica, Pérez (2025)

A partir de la encuesta realizada, las investigadoras obtuvieron datos relevantes para ser tomados en consideración para la propuesta. Con relación al ítem 4, los encuestados responden en un 100%, que la empresa Los Samalex 2000 C.A. No realiza un análisis financiero detallado al menos una vez al trimestre. De acuerdo con Hernández (2005), el análisis financiero es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, que facilita el diagnóstico de la situación actual y la predicción

de cualquier acontecimiento futuro; a su vez está orientado hacia la consecución de objetivos preestablecidos.

El análisis de los estados financieros se caracteriza por ser una operación fundamentada en la reclasificación, recopilación, obtención y comparación de datos contables, operativos y financieros de una organización, que mediante la utilización de técnicas y herramientas adecuadas busca evaluar la posición financiera, el desarrollo y los resultados de la actividad empresarial en el presente y pasado para obtener las mejores estimaciones para el futuro.

Ahora bien, con relación al ítem # 5, los encuestados en un 33% responden que No se han identificado y controlado los costos variables y fijos en la empresa Los Samalex 2000 C.A, cabe destacar que el control de costos está implícito en la comparación de los costos reales de los proyectos con los presupuestos de costos. A tal efecto, Palacios (2007) sostiene que el control de costos “implica hacer una revisión contable de los costos acumulados en el proyecto y hacer las comparaciones versus el presupuesto definitivo de trabajo. Por lo tanto al identificar y controlar los costos variables y fijos es fundamental para la salud financiera y el éxito a largo plazo de la empresa.

El otro indicador relevante para la presente investigación, es el ítem # 6, donde el 67% de los encuestados respondieron que la empresa No Realiza un seguimiento detallado de los gastos para identificar áreas de mejora, lo que implica que sin un control de gastos adecuado, una organización puede tener gastos no identificados que terminan representando un fuerte golpe financiero. Asimismo puede terminar desperdiciando recursos valiosos en áreas que no generan retorno de inversión, lo que puede afectar su capacidad para pagar deudas, invertir en la empresa, generar ingresos adicionales y lo más importante sus niveles de rentabilidad. Rubio (ob.cit).

Con respecto al ítem # 7 se les pregunto a los encuestado considera tu empresa factores como los costos de producción, la demanda del mercado y la competencia al fijar los precios, el 67% señalo que No consideran estos factores. Cabe destacar que al tomar en cuenta estos tres factores, la empresa puede establecer precios que sean rentables, atractivos para los clientes y competitivos en el mercado. Ignorar cualquiera de estos factores puede llevar a decisiones de precios incorrectas que afecten negativamente la rentabilidad y el éxito de la empresa.

Asimismo en el ítem # 8 cuando se les pregunto a la muestra e estudio ¿los análisis financieros son una herramienta fundamental para la toma de decisiones en tu empresa? El resultado obtenido en la encuesta revela un consenso absoluto 100% de respuestas afirmativas en cuanto a la importancia de los análisis financieros como herramienta fundamental para la toma de decisiones en tu empresa. Este dato resalta el reconocimiento unánime del valor de esta herramienta en el ámbito empresarial actual, donde la información precisa y oportuna es esencial para la planificación estratégica, el control y seguimiento del desempeño, y la comunicación con los stakeholders. En un entorno competitivo y globalizado, los análisis financieros se han convertido en un factor clave para la supervivencia y el éxito de las empresas. Futuras investigaciones podrían explorar en detalle los tipos de análisis financieros más utilizados, así como las herramientas y tecnologías que mejoran su eficiencia y precisión.

En este mismo orden de ideas en su Trabajo de Grado León (2014) señala que la toma de decisiones es una actividad diaria y consecuente para todo ser humano, el cual es de suma importancia tomar en cuenta dentro de una empresa siempre y cuando se analicen los pros y contras de la decisiones que sean tomadas y cuáles son las posibles consecuencias que se puedan presentar por no ser tomada la correcta decisión dentro de la organización o empresas ; es importante resaltar que la toma de decisiones juegan un papel fundamental en el desarrollo y directamente en el logro de los objetivos de una empresa.

Análisis de la Dimensión Rentable

Variable: Rentabilidad de ventas

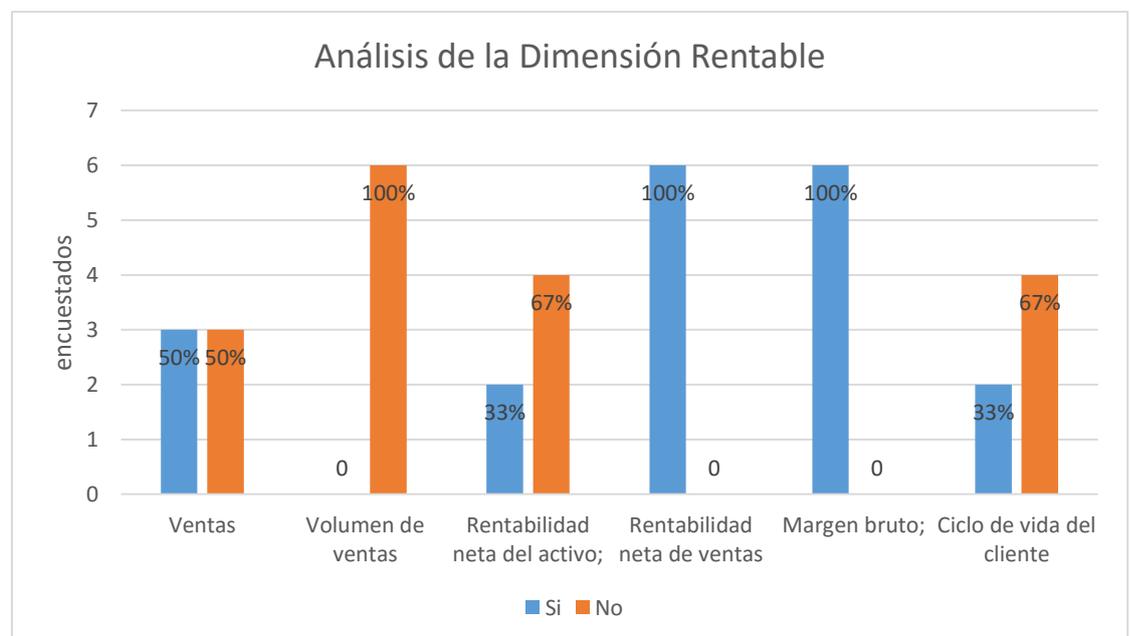
Indicadores: Ventas; Volumen de ventas; Rentabilidad neta del activo;
Rentabilidad neta de ventas; Margen bruto; Ciclo de vida del cliente

Tabla # 5. Variable Rentabilidad de ventas

Ítems	Indicadores	Si		No		Total
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	
9	Ventas	3	50	3	50	6
10	Volumen de ventas	0	0	6	100	6
11	Rentabilidad neta del activo;	2	33	4	67	6
12	Rentabilidad neta de ventas	6	100	0	0	6
13	Margen bruto;	6	100	0	0	6
14	Ciclo de vida del cliente	2	33	4	67	6

Fuente: Mujica, Pérez (2025)

Gráfica # 3. Análisis de la Dimensión Rentable



Fuente: Mujica, Pérez (2025)

Así mismo, con relación al ítem 9 el 50% de los encuestados responden que No Han aumentado las ventas totales en comparación con el año anterior. Esta respuesta muestra que un programa de ventas exitoso requiere un equipo de ventas bien informado, procesos eficientes y una estrategia de servicio al cliente bien definida. La venta es fundamental para asegurar el éxito a largo plazo de una empresa y es uno de los principales pilares para el desarrollo empresarial, también es importante para el crecimiento de la empresa, al proporcionar información sobre los puntos fuertes de la compañía, sus productos y servicios y áreas potenciales para la mejora.

Rodríguez (2022), señala que un precio de venta es la cantidad que establece un vendedor para la adquisición de los bienes o servicios que ofrece por parte del comprador. Este monto representa el valor económico que tienen los bienes en el mercado y que se intercambian en una operación comercial.

Con relación al ítem 10, se les pregunto a los encuestados ¿Ha habido un aumento en el volumen de ventas en comparación con el mismo periodo del año pasado? los encuestados responden en un 100% que No, lo cual es una señal de alerta que requiere un análisis profundo y exhaustivo. Es importante resaltar que el volumen de ventases un indicador fundamental que mide la cantidad de productos o servicios vendidos por una empresa en un periodo determinado, su análisis permite evaluar el rendimiento, la efectividad de las estrategias y la salud general del negocio.

Por otra parte se les pregunto en el ítem 11 a la muestra en estudio, ¿La rentabilidad neta del activo ha superado el objetivo establecido? un 67% respondió que No, por lo tanto la Rentabilidad Neta del Activo es un indicador importante para evaluar la eficiencia de una empresa en la generación de ganancias. Sin embargo, es fundamental que este indicador no supere los objetivos establecidos, ya que esto podría ser una señal de riesgo excesivo, falta de sostenibilidad, oportunidades perdidas o expectativas poco realistas. La empresa debe buscar un equilibrio entre la rentabilidad y la sostenibilidad a largo plazo.

Según Navas, (2012), señala que la Rentabilidad Neta del Activo “muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio”. Si bien la rentabilidad neta del activo se puede obtener dividiendo la utilidad neta para el activo total, la variación presentada en su fórmula conocida como Sistema Dupont 1, permite relacionar la rentabilidad de ventas y la rotación del activo total, con lo que se puede identificar las áreas responsables del desempeño de la rentabilidad del activo.

Así mismo, con relación a los ítem 12 y 13, el 100% de los encuestados responden que Si existen diferencias significativas en la rentabilidad neta de ventas así como también las nuevas estrategias de precios implementadas han mejorado el margen bruto. Señala Navas, (ob.cit) Este índice permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos. En el caso de las empresas industriales, el costo de ventas corresponde al costo de producción más el de los inventarios de productos terminados. Por consiguiente, el método que se utilice para valorar los diferentes inventarios (materias primas, productos en proceso y productos terminados) puede incidir significativamente sobre el costo de ventas y, por lo tanto, sobre el margen bruto.

Finalmente en el ítem 14 se les pregunto a los encuestados ¿Implementa la empresa Los Samalex 2000 C.A estrategias de marketing y ventas para aumentar la duración del ciclo de vida del cliente y mejorar la rentabilidad a largo plazo?, ellos respondieron en un 67% que No implementan las estrategias antes mencionada.

Es importante destacar que el modelo del ciclo de vida del cliente permite centrarse o enfocarse en el cliente para satisfacer mejor sus expectativas acorde a sus requerimientos y permite aumentar las utilidades y ventas, como consecuencia de conocer las necesidades del cliente en cada fase de relacionamiento de la empresa con éste. Al implementar diversass estrategias, la empresa podría aumentar la duración de la

relación con sus clientes, lo que se traduciría en mayores ingresos y rentabilidad a largo plazo.

En resumen señala Lizcano (2019) que “la rentabilidad se conoce como el beneficio de las organizaciones que se representa en porcentajes, con respecto a la extensión económica, ejemplo; cuando se invierte un capital con dinero propio.

CAPITULO V

OPTIMIZAR LA RENTABILIDAD DE LAS VENTAS A TRAVÉS DE ESTRATEGIAS CONTABLES EN LA EMPRESA INVERSIONES LOS SAMALEX 2000 C.A.

Presentación:

Inversiones Los Samalex 2000 C.A. es una empresa reconocida que se dedica a la comercialización de productos terminados específicamente, viveres, carnicería, charcutería, frutas, verduras y hortalizas, y ha demostrado un compromiso constante con la calidad y la satisfacción del cliente. Sin embargo, en el entorno empresarial actual, es fundamental buscar constantemente nuevas formas de mejorar la eficiencia y la rentabilidad.

En este sentido, se ha identificado que existen áreas de oportunidad en la gestión contable y financiera de la empresa que podrían tener un impacto significativo en la rentabilidad de las ventas. Por lo tanto, se ha desarrollado una propuesta de trabajo que se centra en la implementación de estrategias contables específicas para abordar estas áreas de mejora.

Esta propuesta tiene como objetivo principal optimizar la rentabilidad de las ventas de Inversiones Los Samalex 2000 C.A. mediante el análisis de costos, la mejora de la gestión del inventario, la revisión de precios y márgenes, y la gestión eficiente de cuentas por cobrar.

Estamos convencidas que nuestra experiencia y conocimientos en el campo de la contaduría pública permitirán brindarles soluciones efectivas y personalizadas que se ajusten a las necesidades específicas de la empresa.

Justificación y Fundamentación

Abordar la temática de optimizar la rentabilidad de las ventas a través de estrategias contables es de suma importancia por varias razones clave:

Puede haber Maximización de la rentabilidad, ya que al implementar estrategias contables efectivas, se pueden identificar áreas de mejora que impulsen la rentabilidad de las ventas. Esto implica analizar costos, márgenes, precios y otros factores que influyen en los resultados financieros.

Por otra parte ayudaría a la toma de decisiones informadas, cabe destacar que a información contable precisa y oportuna es fundamental para la toma de decisiones estratégicas, a su vez se garantiza que los directivos tengan acceso a datos relevantes que les permitan evaluar el desempeño de la empresa, identificar oportunidades de crecimiento y tomar decisiones fundamentadas.

Asimismo, la optimización de la rentabilidad a través de estrategias contables implica una gestión eficiente de los recursos de la empresa. Esto incluye la reducción de costos innecesarios, la mejora de la gestión del inventario y la optimización del flujo de caja. Al abordar esta temática, se asegura que los recursos se utilicen de manera óptima para lograr los objetivos empresariales.

La rentabilidad es un factor clave para la sostenibilidad a largo plazo de cualquier empresa, la misma permite que la empresa tenga la capacidad financiera para crecer, invertir en innovación y hacer frente a los desafíos futuros.

Estudios de Factibilidad

Según Lyco Inc. (2014), menciona que: factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. se plantea tomar en cuenta la disponibilidad de tiempo, recursos financieros, humanos y materiales que determinarán, en última instancia, los alcances de la investigación. Por ende, un estudio de factibilidad es fundamental para la planificación estratégica de una cooperativa, pues que permite evaluar la viabilidad del proyecto, determinando si es rentable y sostenible, en beneficio de la comunidad.

Estudio de factibilidad empresarial

Para evaluar la factibilidad empresarial, de esta estrategia, se realizará un análisis exhaustivo de los factores internos y externos que pueden influir en el éxito de la iniciativa. La empresa cuenta con fortalezas importantes como la experiencia en el mercado, recursos humanos capacitados. Además, el mercado en el que opera la empresa está en crecimiento y existen nuevas tecnologías que pueden ser aprovechadas para desarrollar productos o servicios innovadores. Sin embargo, la empresa también enfrenta algunos desafíos como la falta de experiencia en innovación y herramientas tecnológicas. Es importante que la empresa implemente estrategias contables para optimizar la rentabilidad de las ventas.

Estudio de factibilidad social

El rendimiento financiero de una empresa no solo se mide por sus ganancias y utilidades, sino también por su impacto social. Una empresa que busca el éxito a largo plazo debe considerar no solo su rentabilidad, sino también su contribución al bienestar de la sociedad. El crecimiento de esta empresa puede convertirse en un motor fundamental para la creación de empleo, lo que contribuye a la reducción del desempleo y la activación económica del territorio. Contribuyendo al desarrollo económico y social de las comunidades sanareñas. .

Estudio de factibilidad económica

A continuación, se refiere Blanco (2007), que para resolver un problema de satisfacción de necesidades con escasos recursos y la eficiencia en el manejo de los mismos se hace uso de la ciencia económica que a su vez está directamente relacionado con la evaluación de proyectos de inversión cuya herramienta utilizada para conseguirla es la evaluación de proyectos. Por tanto, es necesario evaluar el costo que se le genera a la empresa para la aplicación de esta propuesta. En este sentido, se presenta el siguiente cuadro de costos:

Cuadro N°6. Presupuesto de la Estrategia

Insumos o recursos	Cantidad	Importe
Alquiler de Video beam	5 Horas	50
Hojas Blancas	Resma	10
Lapiz	10	5
Monto total		\$ 65,00

Fuente: Carrera y Colmenarez (2024)

Es importante resaltar que no se coloca el monto de los equipos: computadora e impresoras, puesto que la empresa cuenta con esos recursos.

Objetivos

Objetivo General

Optimizar la rentabilidad de las ventas a través de estrategias contables en la empresa inversiones Los Samalex 2000 C.A.

Objetivos Específicos

- ✓ Aplicar estrategias educativas que fomenten el control y el monitoreo de costos de la empresa Los Samalex 2000 C.A.
- ✓ Ofrecer acciones estratégicas que impulsen la inversión en nuevas tecnologías para el mejoramiento funcional de las operaciones en la empresa inversiones Los Samalex 2000 C.A.
- ✓ Establecer instrumentos para el análisis financiero y su mejoramiento en la empresa inversiones Los Samalex 2000 C.A.

FASES DE LA PROPUESTA

La propuesta estará enfocada en tres fases:



FASE I: CAPACITACIÓN

La capacitación empresarial es un proceso de aprendizaje planificado que busca mejorar las habilidades, conocimientos y competencias de los empleados de una organización. Su objetivo principal es optimizar el desempeño laboral y, en consecuencia, impulsar el éxito de la empresa. Es por esta razón que esta propuesta está enfocada en brindarle a los empleados de la empresa Los Samalex C.A. estrategias educativas que fomenten el control y el monitoreo de costos y su clasificación para que de esta manera puedan comprender cada uno de ellos.

Para dar cumplimiento con esta fase se realizó las siguientes actividades:

Cuadro N°7. Análisis de las actividades desarrolladas Fase I. Capacitación

Objetivos	Estrategias	Actividades	Temporalidad	Necesidades
Aplicar estrategias educativas que fomenten el control y el monitoreo de costos de la empresa Los Samalex C.A.	Capacitación sobre el Análisis y clasificación de los costos incurridos en la empresa.	Charla informativa sobre la importancia de realizar un análisis constante de los costos y su clasificación para comprender cada uno de ellos ya sean fijos o variables, directos o indirectos.	2 horas	Computadora video Bean Lápiz Hojas
		Reunión con el encargado y el personal del área administrativa para identificar cada uno de los costos.	2 horas	

Fuente: Mujica, Pérez (2025)

Charla informativa

Charla informativa sobre la importancia de realizar un análisis constante de los costos y su clasificación para comprender cada uno de ellos ya sean fijos o variables, directos o indirectos: Esta charla informativa estuvo direccionada por las investigadoras, y el apoyo de la Contadora Externa, la encargada del departamento de administración y las cajeras, se les explico que el conocer los costos les permite tomar mejores decisiones, optimizar recursos y asegurar la sostenibilidad de la empresa.

Charla informativa sobre “El análisis de Costos “



Reunión con la dueña de la empresa, la encargada del departamento de administración y las cajeras.

En esta actividad se les habló sobre la importancia de evaluar los costos de la empresa ya que es una práctica esencial para la toma de decisiones, la mejora de la rentabilidad, la planificación y presupuestación, la mejora de la competitividad y la supervivencia y crecimiento a largo plazo. Cabe destacar que una empresa que no evalúa sus costos está en desventaja y corre el riesgo de no alcanzar sus objetivos y de perder oportunidades de crecimiento.



FASE II: ACCIONES ESTRATÉGICAS

Las acciones estratégicas son decisiones y acciones que toma una organización para alcanzar sus objetivos a largo plazo. Estas acciones se basan en un análisis profundo del entorno, tanto interno como externo, y buscan crear una ventaja competitiva sostenible.

En otras palabras, las acciones estratégicas son el plan de juego de una empresa para lograr el éxito. Definen el camino a seguir, los recursos necesarios y las acciones específicas que se deben tomar para alcanzar las metas establecidas.

Características principales de las acciones estratégicas.

Visión a largo plazo: Se enfocan en el futuro de la organización y buscan asegurar su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

Análisis profundo: Se basan en un análisis exhaustivo del entorno, incluyendo factores como la competencia, el mercado, las tendencias y los recursos internos de la empresa.

Ventaja competitiva: Buscan crear una ventaja competitiva sostenible que permita a la empresa diferenciarse de sus competidores y tener éxito en el mercado.

Asignación de recursos: Requieren la asignación de recursos, tanto financieros como humanos y materiales, para su implementación.

Flexibilidad: Deben ser flexibles y adaptables a los cambios en el entorno.

Cuadro N°8. Análisis de las actividades desarrolladas Fase II. Acciones Estratégicas

Objetivos	Estrategias	Actividades	Temporalidad	Necesidades
Ofrecer acciones estratégicas que impulsen la inversión en nuevas tecnologías para el mejoramiento funcional de las operaciones en la empresa inversiones Los Samalex C.A.	Ejecución acciones que permitan dar a conocer todo sobre la nueva tecnología.	Taller sobre el impacto y los beneficios que posee la implementación de nuevas tecnologías y herramientas digitales para una mejor operatividad de la empresa	3 Horas	Computadora Video vean Hojas Lápiz
		Conversatorio con el personal administrativo y encargado para identificar las operaciones o procesos que se quieren mejorar con la implementación de herramientas digitales.	2 horas	

Fuente: Mujica, Pérez (2025)

A continuación se detalla las actividades planificadas.

Taller sobre la implementación de nuevas tecnologías y herramientas digitales.

Para esta fase se realizaron las actividades planificadas, de esta forma, los trabajadores, dueño y encargada de la area administrativa e investigadoras desarrollaron de forma sinergica una visión más coherente

sobre la implementación de nuevas tecnologías y herramientas digitales que se pueden utilizar en la empresa. Se hizo énfasis en que la implementación de nuevas tecnologías y herramientas digitales es esencial para cualquier empresa que aspire a ser competitiva, eficiente y rentable en el siglo XXI, ya que no se trata solo de una moda o una tendencia, sino de una necesidad estratégica para garantizar la supervivencia y el éxito a largo plazo.



Conversatorio con el personal de la empresa.

Una vez que se les brindó información al personal de la empresa, se dio un espacio para un conversatorio manifestando el personal lo siguiente: La adopción de nuevas tecnologías y herramientas digitales es mucho más que una simple actualización o una moda pasajera. Es una transformación profunda que afecta a todos los aspectos de la empresa, desde la forma en que se comunican los empleados hasta la manera en que se interactúa con los clientes.

Por otra parte señalaron, que la clave del éxito en esta era digital radica en entender que la tecnología es un medio, no un fin en sí mismo. No se trata de adoptar la última herramienta solo porque es tendencia, sino de identificar las necesidades específicas de la empresa y buscar soluciones tecnológicas que realmente aporten valor.

Asimismo señalan que es fundamental fomentar una cultura digital en la que los empleados no vean la tecnología como una amenaza, sino como una aliada que les permite ser más eficientes, creativos y productivos.

La capacitación y el desarrollo de habilidades digitales son esenciales para que los empleados puedan aprovechar al máximo el potencial de las nuevas herramientas.

En este mismo orden de ideas, manifiestan que la implementación de nuevas tecnologías debe ir acompañada de una mentalidad de innovación y experimentación. Las empresas que se atreven a probar nuevas cosas, a aprender de sus errores y a adaptarse rápidamente a los cambios son las que tienen más probabilidades de éxito en este entorno dinámico.

Esta actividad fue bastante enriquecedora porque permitió que expresaran sus ideas una vez que fueron orientados y señalaron la importancia de que toda empresa requiere cambios siempre y cuando se evalúen las ventajas y desventajas que estas nuevas herramientas ofrecen.



FASE III: INSTRUMENTOS DE GESTIÓN

Los instrumentos de gestión para el análisis financiero, son herramientas y técnicas que permiten a las empresas evaluar su salud financiera, identificar áreas de oportunidad y tomar decisiones informadas para mejorar su desempeño. Estos instrumentos se basan en el análisis de datos financieros, tanto internos como externos, y proporcionan información valiosa sobre la rentabilidad, liquidez, solvencia y eficiencia de la empresa.

Cuadro N°9. Análisis de las actividades desarrolladas Fase III. Instrumentos de Gestión.

Objetivos	Estrategias	Actividades	Temporalidad	Necesidades
Establecer instrumentos para el análisis financiero y su mejoramiento en la empresa los samalex C.A	Implementación de herramientas digitales para mejorar las operaciones de la empresa	Emplear las hojas de cálculo de Microsoft Excel para realizar los registros.	2 horas	Computadora Programa de Microsoft Excel
		Elaborar un instrumento para la detección de los indicadores de rendimiento para la posterior medición del impacto que posee el análisis financiero.	3 horas	

Fuente: Mujica, Pérez (2025)

Esta Fase las investigadoras conjuntamente con el personal de la empresa, emplearon las hojas de cálculo de Microsoft Excel para realizar los registros, debido a que se requiere su práctica para que así la implementen en su área de trabajo y así consolidar sus habilidades y confianza en el uso de nuevas herramientas digitales para mejorar las operaciones de la empresa. Asimismo se elaboró un instrumento para las

detección de los indicadores de rendimiento para la posterior medición del impacto que posee el análisis financiero, para que así identifiquen oportunidades, evaluar riesgos y mejorar el desempeño en sus áreas de responsabilidad.



Instrumentos para el análisis financiero

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	NOMBRE Y APELLIDO	MONTO BS	ABONO CUENTAS PENDIENTES	CONVERSION \$	EFFECTIVO B	EFFECTIVO S	TRANSFERENCIA	PUNTO	CREDITO	VUELTO	
2	DARIANA PINEDA	200		3.24		200					
3	ELIANA PEREZ	92.86		1.50				92.86			
4				-							
5				-							
6				-							
7				-							
8				-							
9				-							
10				-							
11				-							
12				-							
13				-							
14				-							
15				-							
16				-							

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	RENTABILIDAD DE VENTAS									RENTABILIDAD		
2	PRODUCTO	PRECIO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJOS	COSTO TOTAL	BSD	%					
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18												

	A	B	C	D	E	F	G	
1	LIBRO DIARIO							
2	INVERSIONES LOS SAMALEX 2000 C.A							
3	FECHA	DESCRIPCIÓN			DEBE	HABER		
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								

RESULTADOS OBTENIDOS AL IMPLEMENTAR LAS ESTRATEGIAS CONTABLES PARA OPTIMIZAR LA RENTABILIDAD DE LAS VENTAS EN LA EMPRESA INVERSIONES LOS SAMALEX 2000 C.A.

La implementación de estrategias contables para optimizar la rentabilidad de las ventas en la empresa Los Samalex 2000 C.A. generaron una serie de resultados positivos y significativos. Algunos de los más importantes fueron:

Aumento de la rentabilidad bruta: Al analizar los costos de producción y ventas, se pudieron identificar áreas de mejora y reducir gastos innecesarios. Esto se traduce en un mayor margen de ganancia por cada unidad vendida.

Mejora de la rentabilidad neta: Al optimizar los gastos operativos y administrativos, se incrementaron las ganancias finales de la empresa. Esto permitió una mayor capacidad de inversión y crecimiento.

Mayor eficiencia en la gestión de inventarios: Una correcta gestión contable permitió mantener niveles óptimos de inventario, evitando costos de almacenamientos excesivos o faltantes de productos. Esto se traduce en una mayor liquidez y rentabilidad.

Optimización de la política de precios: El análisis de costos y márgenes de ganancia permitió fijar precios competitivos que maximizaron la rentabilidad de las ventas.

Mejora en la toma de decisiones: La información contable precisa y actualizada permitió a los directivos tomar decisiones más informadas y estratégicas en relación con las ventas, la producción y la inversión.

Mayor control sobre los gastos: La implementación de un sistema contable riguroso permitió monitorear y controlar los gastos de manera más efectiva, evitando desviaciones presupuestarias y derroches.

Mejora en la relación con proveedores y clientes: Una gestión contable transparente y eficiente facilitó la negociación con proveedores y

la gestión de créditos y cobranzas con clientes, lo que pudo generar mejores condiciones comerciales y una mayor fidelización.

Mayor competitividad: Al optimizar la rentabilidad de las ventas, la empresa se volvió más competitiva en el mercado, lo que le permite ganar cuota de mercado y crecer de manera sostenible.

En resumen, la implementación de estrategias contables para optimizar la rentabilidad de las ventas pueden generar una serie de resultados positivos que impactaron directamente en la salud financiera y el éxito a largo plazo de la empresa.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

La contabilidad no es solo un registro de transacciones, sino una herramienta fundamental para la toma de decisiones en el ámbito de las inversiones. Las estrategias contables adecuadas permiten a las empresas evaluar la rentabilidad de sus inversiones, identificar áreas de mejora y tomar decisiones informadas para maximizar sus rendimientos.

En el caso específico de Los Samalex 2000 C.A, este trabajo de aplicación ha permitido identificar áreas de oportunidad para mejorar la gestión de inventario de productos perecederos, optimizar la política de precios, fortalecer la relación con los clientes y controlar los gastos operativos. Las recomendaciones propuestas, basadas en un análisis profundo de la empresa y su entorno, buscan proporcionar herramientas prácticas y viables para aumentar la rentabilidad de las ventas de inversiones y asegurar el crecimiento sostenible de la organización.

En relación a lo anteriormente dicho podemos dar respuesta a los objetivos planteados para el presente trabajo de aplicación:

1. Se diagnosticó la situación actual de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A ubicada en Sanare Estado Lara, a través de una encuesta, donde se logró evidenciar la necesidad de herramientas para su optimización empresarial, así mismo se evidencio la necesidad de estrategias educativas que fomenten el control y el monitoreo de costos ya que el resultado económico y laboral no era eficaz ni productivo.

2. Así mismo y en respuesta del segundo objetivo se determinó los elementos que conforman las estrategias contables para la optimización de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A donde se tomó en consideración los enlaces pertinentes entre el departamento

administrativo y las cajas para el cumplimiento eficaz de los roles y funciones, en relación de sus procesos administrativos, contables.

3. De igual modo y en consonancia al objetivo anterior se aplicaron estrategias contables para la optimización de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A.; Al aplicarlas de manera efectiva, la empresa pudo mejorar la toma de decisiones, optimizar la gestión financiera y asegurar el cumplimiento de la normativa contable, lo que se traduce en un mayor éxito en el ámbito de las inversiones.

4. La Evaluación de los resultados obtenidos a través de la implementación de las estrategias contables para la optimización de la rentabilidad de ventas de Inversiones los Samalex 2000 C.A, permitió medir su progreso, identificar áreas de mejora, tomar decisiones informadas y asegurar su éxito a largo plazo en el competitivo sector de alimentos.

RECOMENDACIONES

Al Lograr cumplir con la implementación de las estrategias contables para optimizar la rentabilidad en ventas en INVERSIONES LOS SAMALEX 2000 C.A, se han generado una serie de observaciones que pueden servir como recomendaciones para la empresa antes mencionada ; entre las que se puede resaltar la siguientes:

Que las empresas establezcan objetivos claros de rentabilidad para sus inversiones y desarrollen estrategias contables específicas para alcanzarlos.

Realizar Análisis exhaustivo de costos asociados a las inversiones, incluyendo costos directos, indirectos, fijos y variables. A su vez se recomienda utilizar herramientas contables y financieras para identificar áreas de oportunidad y reducir gastos innecesarios.

Implementar estrategias contables que permitan evaluar y gestionar el riesgo asociado a las inversiones. Esto puede incluir el uso de

indicadores financieros, análisis de sensibilidad y diversificación de la cartera de inversiones.

Es importante que se realice un seguimiento y control continuo de las inversiones y de la rentabilidad obtenida. Recomienda establecer indicadores clave de rendimiento (KPIs) y realizar informes periódicos para evaluar el progreso y tomar medidas correctivas si es necesario.

Es necesario que sigan haciendo uso de las herramientas tecnológicas y digitales, entre las cuales pueden ser software y herramientas contables y financieras que faciliten la gestión de inversiones, el análisis de datos y la toma de decisiones.

Se recomienda invertir en la capacitación del personal encargado de la gestión de inversiones y de la contabilidad, para asegurar que tengan los conocimientos y habilidades necesarios para realizar un trabajo eficiente y efectivo.

Se sugiere buscar el asesoramiento de expertos en contabilidad y finanzas para obtener recomendaciones personalizadas y adaptadas a las necesidades específicas de la empresa.

Mantener altos estándares de ética y transparencia en la gestión de inversiones y en la presentación de la información contable.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ✓ Andrade, J. y Celi, A. (2016). Validez y Confiabilidad de un Formulario. Editorial Egregios. 1era Edición.
- ✓ Antezana, M. (2022), "Estrategias de control financiero para optimizar la rentabilidad de la empresa ferretería Pasitos, Chepén 2021. Universidad Señor de Sipán Perú.
- ✓ Arias, F. (2006). El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. Caracas: Editorial Epísteme, C.A.
- ✓ Balestrini M. (2006). Como se elabora el proyecto de investigación. Consultores Asociados. Caracas.
- ✓ Cadrazco, W. (2020). Comprensión de principios de medición y valoración de activos bajo normas internacionales de información financiera [Documento en línea]. Disponible: <https://n9.cl/jdor2>. [consulta: 13 de septiembre 2023]
- ✓ Castro G. (2019). Desarrollo y rol de las ventas de marketing. México: Pearson Educación.
- ✓ Chiavenato, I. (2009). Comportamiento organizacional. Disponible en: <https://bonga.unisimon.edu.com>
- ✓ Código de Comercio (1955) Conforme a la Gaceta Oficial N° 475 Extraordinario del 21 de diciembre de 1955. Página web en línea: <http://mhov.com.ve/wp-content/uploads/2014/08/Codigo-de-Comercio.pdf>

- ✓ Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). Conforme a la Gaceta Oficial N° 5.453 Extraordinario, del viernes 24 de marzo del 2.000.
- ✓ Córdoba, Chacón y Paredes (2018) “Plan de marketing estratégico orientado a incrementar las ventas de la empresa PROVALAC C.A Municipio San Diego – Estado Carabobo”.
- ✓ Chandler, A. D. (2003). *Strategy and Structure. Chapters in the history of the American Industrial Enterprise*. New York: Beard Books.
- ✓ Davies, W. (2000). *Understanding Strategy. Strategy and Leadership*, 28(5), 25- 30.
- ✓ Erazo, J; López, C; Narváez, C; y Moreno, V (2020). *Gestión financiera basada en la creación de valor para el sector microempresarial de servicios. [Financial management based on the creation of value for the micro-business services sector]. KOINONIA*, 5. <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v5i10.701>
- ✓ Eslava, J. (2016) *La rentabilidad análisis de costes y resultados* ; Editorial: ESIC Editorial ; Fecha de la edición: 2016 ; Lugar de la edición: Madrid. España.
- ✓ Ferrero y González (2006) “Paradigma dentro de la investigación” Pág. 19. Edición. Editorial Limusa S.A. Barcelona, España.
- ✓ Flores, E. (2013). *Factores explicativos de la rentabilidad de las microempresas: Un estudio aplicado al sector comercio*. *Inova Research Journal*, 3(2), 63-78. Obtenido de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/inova/article/view/1974/1946>
- ✓ García, J. (2019). *Las dificultades financieras del sector empresarial venezolano: Un análisis de las causas y consecuencias*. *Gestión y Política Pública*, 38(1), 11-34.

- ✓ Gómez, M. (2018). Evaluación del rendimiento financiero de las empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Colombia. Tesis de maestría, Universidad del Rosario, Bogotá.
- ✓ Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (1997). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. México.
- ✓ Hurtado, J. (2008). Metodología de la investigación. Una comprensión holística. Quirón – Sypal. Caracas.
- ✓ Lebrón, M (2017). Estrategias financieras para mejorar la rentabilidad de la empresa. México: Compañía Editorial Continental.
- ✓ León (2014) Lineamientos Financieros Del Sector Terciario Del Mercado Inmobiliario Para La Toma De Decisiones Caso De Estudio: Empresa Promotora Seis S.M, C.A.
- ✓ Lizcano J. (2019). Rentabilidad. Una revisión conceptual y sus dimensiones. *Revista De Investigación Valor Contable*, 3(1), 9 - 30. Obtenido de https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1229/1573
- ✓ Morales, L. (2012). Análisis de EStados Financieros. México: Edamsa .
- ✓ Navas, F. (15 de Agosto de 2012). *Análisis Financiero*. Recuperado el 14 de Abril de 2015, de <http://nandis21.blogspot.com/p/indicadores-de-rentabilidad.html>
- ✓ Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E, & Villagómez Paucar, A (2013). Metodología de la investigación. Cuantitativa-Cualitativa y redacción de la tesis. Bogotá: Ediciones la U.
- ✓ Olivo de Latouche, (1993). **Estudio de la contabilidad general**. (1er Edición), Caracas, Editorial Tantum.

- ✓ Ochoa Setzer, G. A., y Saldívar del Ángel, R. (2012). Administración Financiera. México: Miembro de la Cámara Nacional de las Industrias.
- ✓ Palacios, L. (2007). Gerencia de Proyectos. Un enfoque latino. Cuarta Edición. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas.
- ✓ Pérez, P (2007). Estrategias comunicativas para el registro contable de la empresa Alianza P&T, Sanare - Estado Lara, 2022.
- ✓ Rubio, J (2007). Fundamentos de Administración Financiera, Tercera edición, editorial Harla S.A., México.
- ✓ Rodríguez, E. (2022). Las 9 Señales de una Mala Gestión. [consulta en línea], Disponible: <https://www.iebschool.com/blog/las-9-senales-de-la-mala-gestion-en-una-pyme-creacion-empresas/>, [Consulta: 2024, Febreo 10]
- ✓ Rojas, E. (2023). Estrategias de Precios 2023. IEDGE Business School.
- ✓ Román, L. (2020). Análisis y diseño de un modelo de gestión financiera para mejorar la rentabilidad y liquidez de la empresa Corporación CFC S.A. Universidad central del ecuador , Peru. <https://n9.cl/ymubn>.
- ✓ Rusque (2012) Metodología de la Investigación . México: Graw-Hille. "Validez y confiabilidad del instrumento" Pág. 134.
- ✓ Sabino, C (2006) El proceso de investigación. Editorial Panapo. Caracas.
- ✓ Sterne J. (2009) El Ciclo De Vida Del Cliente. Elemento Fundamental Para Una Estrategia De Centralización En El Cliente, recuperado el 24 de agosto de 2018 disponible en: <http://mkrelacional.blogspot.com/2009/01/el-ciclo-de-vida-del-cliente-elemento.html> [Links]

- ✓ Silva D. (2015). Sedpulse. Plataforma de Marketing. [Consulta en línea] Disponible: <https://sendpulse.com/about/team>. [Consulta 2024 marzo10]
- ✓ Tamayo y Tamayo, M. (2006). "El Proceso de la Investigación Científico". 4ª Edición. Editorial Limusa S.A. Barcelona, España.
- ✓ Terán, F. N. (10 de 06 de 2018). Estrategias financieras determinantes de la competitividad: Evolución y perspectivas en las Pymes ecuatorianas. Revista Administracion de empresas, 5(15). <https://n9.cl/tys00>.
- ✓ UNELLEZ, 2009. Resolución CD2009/195, Acta 767 Punto 24: Normativa para la Elaboración de los Trabajos Técnicos, Trabajos Especiales de Grado, Trabajos de Grado y Tesis Doctorales. Barinas, marzo 31.
- ✓ Valenzuela F; Leslier, M; García De Madariaga M; Jesús, B; María, F. (2007), Orientación al Valor del Cliente y las Nuevas Métricas de Marketing. Revisión y Análisis. Panorama Socioeconómico, (enero-julio), 70-74: recuperado el 24 de agosto de 2018, Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39903407>> ISSN 0716-1921 [Links]
- ✓ Vergara, M. (2023) "Estrategias financieras para mejorar la rentabilidad de la empresa Axel plast E.I.K.L-Chiclayo, 2021" trabajo para optar el título profesional contador público, en la universidad Señor de Sipan Peru <https://orcid.org/0000-0002-5819-6267> Pimentel – Perú 2023.
- ✓ Villegas, M y Villegas A. (2022) Tesis Estrategias Gerenciales Para El Cumplimiento De Los Procesos Contables De La Empresa Don José C.A, Estado Lara. Universidad Centrocidental Lisandro Alvarado.
- ✓ Vite Rangel Vania Tamahara. (2014). Contabilidad general I. (1era edición). Editorial Unid.

- ✓ Wild, J. J., Subramanyam, K. R., & Halsey, R. F. (2007). Análisis de Estados Financieros. México: Ricardo Alejandro del Bosque Alayón.
- ✓ Zapata. (2008). *Tipos de Registros Contables*. *Quipu News*. España

ANEXOS

ANEXO A

CUESTIONARIO

Instrumento para ser aplicado a los trabajadores de la empresa SAMALEX 2000 C.A.

Por favor, lea y analice minuciosamente el formato, con el propósito de que sus respuestas sean las más objetivas posibles, y marque con una equis (x) la opción que usted considere se adapta más a cada afirmación, de acuerdo con la siguiente escala:

N°	ITEMS	Opciones de Respuesta	
		SI	NO
1	¿En la empresa Los Samalex 2000 C.A, se llevan los libros contables actualizados?		
2	¿Se elabora el balance de comprobación de forma regular en la empresa Los Samalex 2000 C.A?		
3	¿Se presentan estados financieros periódicos en la empresa Los Samalex 2000 C.A,?		
4	¿Se realiza un análisis financiero detallado al menos una vez al trimestre en la empresa Los Samalex 2000 C.A ?		
5	¿En la empresa Los Samalex 2000 C.A, Se han identificado y controlado los costos variables y fijos?		
6	¿Realiza tu empresa un seguimiento detallado de los gastos para identificar áreas de mejora?		
7	¿Considera tu empresa factores como los costos de producción, la demanda del mercado y la competencia al fijar los precios?		
8	¿Los análisis financieros son una herramienta fundamental para la toma de decisiones en tu empresa?		
9	¿Han aumentado las ventas totales en comparación con el año anterior?		
10	¿Ha habido un aumento en el volumen de ventas en comparación con el mismo periodo del año pasado?		
11	¿La rentabilidad neta del activo ha superado el objetivo establecido?		
12	¿Existen diferencias significativas en la rentabilidad neta de ventas entre los diferentes productos o servicios ofrecidos por la empresa?		
13	¿Las nuevas estrategias de precios implementadas han mejorado el margen bruto?		
14	¿Implementa la empresa Los Samalex 2000 C.A estrategias de marketing y ventas para aumentar la duración del ciclo de vida del cliente y mejorar la rentabilidad a largo plazo?		

Anexo B

Validación del Instrumento

CUADRO DE VALIDACIÓN PARA EL CUESTIONARIO

Datos del Experto:
Nombres y Apellidos: Dr. Yulivi Pina
C.I. V- 8432318
Profesión: Cata
Fecha de la Validación: 1 / 2024

N°	Pertinencia		Coherencia		Claridad		Recomendación		
	Si	No	Si	No	Si	No	Aceptar	Modificar	Eliminar
1	X		X		X				
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									
14									

Observaciones:

Firma / Cédula: [Firma] E-8932318

Validación del Instrumento

CUADRO DE VALIDACIÓN PARA EL CUESTIONARIO

Datos del Experto:

Nombres _____ y Apellidos: _____

C.I. V - _____

Profesión: _____

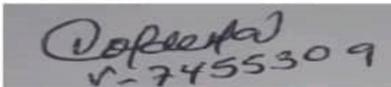
Fecha de la Validación: ____ / ____ / 2024

N°	Pertinencia		Coherencia		Claridad		Recomendación		
	Si	No	Si	No	Si	No	Aceptar	Modificar	Eliminar
1	x		x		x				
2	x		x		x				
3	x		x		x				
4	x		x		x				
5	x		x		x				
6	x		x		x				
7	x		x		x				
8	x		x		x				
9	x		x		x				
10	x		x		x				
11	x		x		x				
12	x		x		x				
13	x		x		x				
14	x		x		x				

Observaciones:

Listo para aplicar

Firma /



Validación del Instrumento



LA UNIVERSIDAD QUE SIEMBRA

Vicerrectorado de Infraestructura y Procesos Industriales
Coordinación de Área de Pregrado

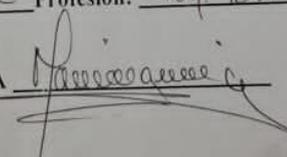
VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Items	Pertinencia		Claridad		Coherencia		Observaciones
	Acceptable	No Acceptable	Acceptable	No Acceptable	Acceptable	No Acceptable	
1	✓		✓		✓		
2	✓		✓		✓		
3	✓		✓		✓		
4	✓		✓		✓		
5	✓		✓		✓		
6	✓		✓		✓		
7	✓		✓		✓		
8	✓		✓		✓		
9	✓		✓		✓		
10	✓		✓		✓		
11	✓		✓		✓		
12	✓		✓		✓		
13	✓		✓		✓		Cambiar la redacción
14	✓		✓		✓		
15	✓		✓		✓		

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL EXPERTO

Nombres y Apellidos: Maica E. González C.I. 13.868.220

Cargo que desempeña: Docente Profesión: Prof. Biología, Mgs. Ed. Ambiental

FIRMA 

Anexo C

Aplicando instrumento en la Empresa Los Samalex 2000 C.A.

