



**Universidad
Norbert Wiener**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
NEGOCIOS Y COMPETITIVIDAD**

Tesis

**Implementación de estrategias de gastos operativos para el
incremento de la rentabilidad en una empresa prestadora de
servicios Odontológicos, Lima 2021**

Para optar el Título profesional de Contador público

AUTOR

Br. Guevara Cieza, Nilda Janeth

Código ORCID

0000-0002-3984-138X

LIMA - PERÚ

2021

Tesis

Implementación de estrategias de gastos operativos para el incremento de la rentabilidad en una empresa prestadora de servicios Odontológicos, Lima 2021

Línea de investigación general de la universidad

Economía, Empresa y Salud

Línea de investigación específica de la universidad

Sistema de calidad

Asesor (a)

Mg. Capristán Miranda, Julio Ricardo

Código ORCID

0000-0001-5741-7438

Miembros del Jurado

Dr. Carhuancho Mendoza Irma Milagros (ORCID: 0000-0002-4060-5667)

Presidente del Jurado

Mg. Manrique Linares Cynthia Polett (ORCID: 0000-0002-7351-5406)

Secretario

Mtra. Julca García Paola Corina (ORCID: 0000-0003-1630-4319)

Vocal

Asesor temático

Mg. Capristán Miranda Julio Ricardo (ORCID: 0000-0001-5741-7438)

Dedicatoria

La presente tesis está dedicada a mis amados padres, hermanas, por su incansable apoyo durante mi formación profesional y por su contribución en cada una de mis metas propuestas.

Agradecimiento

A Dios por todas las bendiciones puestas en mi camino, a mi tía Luz Elvira Blanco García por su apoyo constante, a la Universidad Privada Norbert Wiener fuente de conocimiento, a mis maestros y asesores Dr. Fernando Nolasco Labajo, Mg. Julio Capristán Miranda por los conocimientos brindados durante la elaboración de la tesis.

Declaración de autoría

 Universidad Norbert Wiener	DECLARACIÓN DE AUTORIA		
	CÓDIGO: UPNW-EES-FOR-017	VERSIÓN: 01	FECHA: 13/03/2020
REVISIÓN: 01			

Yo, Guevara Cieza Nilda Janeth estudiante de la escuela la escuela académica de Negocios y competitividad de la universidad privada Norbert Wiener, declaró que el trabajo académico titulado: "Implementación de estrategias de gastos operativos para el incremento de la rentabilidad en una empresa prestadora de servicios Odontológicos, Lima 2021" para la obtención título profesional de: contador público es de mi autoría y declaró lo siguiente:

1. He mencionado todas las fuentes utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Autorizo a que mi trabajo puede ser revisado en búsqueda de plagios.
4. De encontrarse uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente y/o autor, me someto a las sanciones que determina los procedimientos establecidos por la UPNW.



.....
Firma
Guevara Cieza, Nilda Janeth
DNI: 48280970



Huella

Lima, 12 de Julio de 2021

Índice

Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaración de autoría	vi
Índice	vii
Índice de figuras	xi
Índice de cuadros	xii
Resumen	xiii
Abstract	xiv
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA	17
1.1. Planteamiento del problema	17
1.2. Formulación del problema	19
1.2.1. Problema general	19
1.2.2. Problemas específicos	19
1.3. Objetivos de la investigación	20
1.3.1. Objetivo general	20
1.4. Justificación de la investigación	20
1.4.1. Teórica	20
1.4.2. Metodológica	20
1.4.3. Práctica	21
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	22
2.1 Antecedentes de la investigación	22
2.1.1 Antecedentes internacionales	22
2.1.2 Antecedentes nacionales	24

2.2 Bases teóricas	27
2.2.1 Marco fundamental	27
Teoría de la Contabilidad Administrativa	27
Teoría de la contabilidad	27
2.2.2 Marco conceptual	29
Implementación de Estrategias	29
Gastos Administrativos	32
Gastos de Venta	34
Estados Financieros	37
Análisis Horizontal	38
Análisis vertical	38
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	39
3.1 Método de investigación	39
3.2 Enfoque	39
3.5 Población, muestra y unidades informantes	41
Población	41
Unidades informantes.	41
3.6 Variables y dimensiones	41
3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	43
3.7.1. Técnica	43
Entrevista	43
3.7.2. Instrumento	44
Guía de entrevista	44
3.7.3. Descripción	44
3.7.4. Validación	45
3.8 Procesamiento y análisis de datos	46
3.9 Aspectos éticos	46
5.1 Conclusiones	97
5.2 Recomendaciones	98

REFERENCIAS	99
Anexo 1: Matriz de consistencia	104
Anexo 2: Evidencias de la propuesta	105
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA	115
Anexo 3: Instrumento cuantitativos	116
Anexo 4: Instrumento cualitativo	122
Anexo 5: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos	124
Anexo 7: Base de datos (instrumento cuantitativo)	133
Anexo 8: Transcripción de las entrevistas o informe del análisis documental	135
Anexo 9: Pantallazos del Atlas. Ti	142

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 Matriz de categorización de categoría problema	42
Tabla 2 Matriz de categoría de solución implementación de estrategias	43
Tabla 3 Expertos que evaluaron el instrumento	45
Tabla 4 Expertos que evaluaron el instrumento	45
Tabla 5 Análisis de gastos operativos	47
Tabla 6 Análisis de gastos de ventas 2018 al 2020	48
Tabla 7 Análisis Horizontal de gastos de venta de los años 2018 -2020	48
Tabla 8 Análisis vertical de gastos Administrativos de los años 2018 al 2020	49
Tabla 9 Análisis Horizontal de los gastos Administrativos	50
Tabla 10 Análisis vertical -costo de ventas de los años 2018-2020	51
Tabla 11 Análisis de ratios de rentabilidad-rentabilidad del patrimonio- ROE 2018- 2019	52
Tabla 12 Análisis de ratios costo de servicio del 2018-2020	53
Tabla 13 Análisis de ratios de rentabilidad- Margen sobre ventas	53
Tabla 14 Gastos operativos	64
Tabla 15 Matriz de direccionalidad de la propuesta	67
Tabla 16 Plan de actividades para reducir los gastos administrativos.	68
Tabla 17 KPI: gastos Administrativos	73
Tabla 18 Actividades para reducir los gastos de ventas	75
Tabla 19 Cálculo de variación de los gastos administrativos de los histórico y proyectado	81
Tabla 20 Matriz de Estrategias, actividades y cronogramas	82
Tabla 21 Rentabilidad patrimonial 2018-2025	90
Tabla 22 Indicador rentabilidad patrimonial 2018-2025	91
Tabla 23 Rentabilidad Patrimonial	92
Tabla 24 Costos de venta	93

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1 Gastos operativos	47
Figura 2 Gastos de ventas del 2018-2020	48
Figura 3 Gastos de venta 2018-2020.	49
Figura 4 Gastos Administrativos 2018-2020	49
Figura 5 Variación Horizontal porcentual de los gastos administrativos 2018-2020	50
Figura 6 Análisis vertical del costo de venta del 2018- 2019 y 2020	51
Figura 7 Rentabilidad de patrimonio del 2018 al 2020	52
Figura 8 costo de servicio del 2018-201-2020.	53
Figura 9 Margen Operativo sobre las ventas del 2018 al 2019	54
Figura 10 Análisis de la subcategoría gastos administrativos	55
Figura 11 Análisis cualitativo de gastos de ventas	57
Figura 12 Análisis cualitativo de Ratios de Rentabilidad	59
Figura 13.Diagnóstico final (mixto)	62
Figura 14 Análisis de los gastos operativos	64
Figura 15 Diagrama de Gantt	69
Figura 16 Manual de políticas de gastos Administrativos.	69
Figura 17 Organigrama de procesos de gastos administrativos	71
Figura 18 KPI gastos administrativos 2018-2025.	73
Figura 19 Diagrama de Gantt	75
Figura 20. Manual de políticas de gastos de venta.	75
Figura 21 Estado de resultado Históricos y proyectados	79
Figura 22 Estado de resultado histórico y proyectado	80
Figura 23 KPI: Gastos de ventas	81
Figura 24 Diagrama de Gantt	82
Figura 25 procedimientos para captar cartera de clientes.	86
Figura 26 Organigrama de la empresa prestadora de servicios odontológicos.	87
Figura 27 Margen de utilidad neta de los años 2018 al 2020	90
Figura 28 Variación de rentabilidad patrimonial	91
Figura 29 KPI: rentabilidad	93
Figura 30 variación de nivel de ventas	94

Índice de cuadros

	Pág.
Cuadro 1 Presupuesto de gastos administrativos	73
Cuadro 2 Presupuesto de gastos de ventas	78
Cuadro 3 Presupuesto para incrementar las ventas	85

Resumen

El presente trabajo de investigación se basa en el análisis de “implementación de estrategias de gastos operativos para el incremento de la rentabilidad en una empresa prestadora de servicios odontológicos, Lima 2021”. y tuvo como objetivo principal elaborar una propuesta que incremente la rentabilidad y disminuya los gastos operativos a partir de un diagnóstico y un análisis de la situación real de la empresa.

La metodología de la investigación fue un enfoque mixto con diseño holístico de tipo proyectivo, es decir un modelo a futuro que permite elaborar propuestas sustentadas en objetivos que pretende dar soluciones mediante estrategias de desarrollo a través de un diseño holístico más integral, usando métodos científicos como el deductivo, inductivo y analítico. Para el análisis cualitativo se aplicó la técnica de la entrevista a tres unidades informantes, gerente general, contador y asistente administrativo de la empresa. Y para el análisis cuantitativo se empleó la ficha de análisis documental de los estados financieros de los años 2018, 2019 y 2020. Los resultados obtenidos de ambos instrumentos, se realizó una triangulación aplicando el Atlas. Ti. Versión 9. Los resultados obtenidos muestran un incremento significativo en los gastos operativos específicamente en los gastos de venta y gastos administrativos lo cual afectó a la rentabilidad de la empresa. También se observó que la empresa disminuyó sus ventas esto generó una pérdida importante en los periodos analizados.

Finalmente, la propuesta implementada propone a partir del diagnóstico controlar los gastos de la empresa e incrementar las ventas a través de estrategias de marketing para captar nuevos clientes y un mejor control de los gastos operativos elaborando un manual de control de gastos operativos.

Palabras clave: Rentabilidad, Estrategias, implementación, gastos operativos.

Abstract

Este trabalho de pesquisa se baseia na análise da "Implementação de estratégias de despesas operacionais para aumento da lucratividade em uma empresa prestadora de serviços odontológicos, Lima 2021". e seu principal objetivo era desenvolver uma proposta que aumentasse a lucratividade e reduzisse as despesas operacionais a partir de um diagnóstico e análise da situação real da empresa.

A metodologia de pesquisa foi uma abordagem mista com um design projetivo holístico, ou seja, um modelo futuro que permite a elaboração de propostas com base em objetivos que visa fornecer soluções através de estratégias de desenvolvimento através de um design holístico mais abrangente, utilizando métodos científicos como o dedutivo, indutivo e analítico. Para a análise qualitativa, a técnica de entrevista foi aplicada a três unidades de informantes, gerente geral, auxiliar administrativo y contador da empresa. E para a análise quantitativa, foi utilizado o arquivo de análise documental das demonstrações financeiras dos anos 2018, 2019 e 2020. Com esses resultados obtidos com os dois instrumentos, foi realizada a triangulação com a aplicação do Atlas. Vocês. Versão 9. Os resultados obtidos mostram um aumento significativo nas despesas operacionais, especificamente nas despesas comerciais e administrativas, que afetaram a rentabilidade da empresa. Observou-se também que a empresa diminuiu suas vendas, o que gerou uma perda significativa nos períodos analisados.

Por fim, a proposta implementada propõe, a partir do diagnóstico, controlar as despesas da empresa e aumentar as vendas por meio de estratégias de marketing para captação de novos clientes e melhor controle das despesas operacionais por meio da elaboração de um manual de controle de despesas operacionais.

Palavras-chave: Rentabilidade, Estratégias, Implementação, Despesas Operacionais

Introducción

En la actualidad, la mayoría de las empresas tienen problemas de los gastos operativos, es por ello se presenta esta investigación de una empresa prestadora de servicios odontológicos. Debido que se vio afectada al mal manejo de gastos ventas, gastos administrativos y disminución de las ventas, lo cual no le permite a la empresa tener una estabilidad favorable.

La empresa no dispone con un proceso de gastos que le permita llevar un control adecuado de los gastos ventas, administrativos esto debido a que la empresa no dispone de un manual de políticas al respecto. Esto ha generado un incremento en los gastos de las actividades que se realizan. a pensar que la rentabilidad de la empresa ha disminuido notablemente. Los directivos no han tomado las precauciones del caso, en consecuencia, la empresa ha tenido rentabilidades negativas. La rentabilidad en la empresa es muy importante. Según (Guzmán, 2005) menciona que la rentabilidad económica toma ciertas decisiones y políticas en la administración de la empresa. La actividad empresarial se evalúa con los resultados económicos con relación al rendimiento de las ventas, activos o capital.

El presente trabajo se realizó mediante una investigación Holística que ayuda a comprender el proceso de investigación, donde proporciona una amplia resolución de los problemas encontrados

Asimismo, en el capítulo I de la investigación se desarrolló el planteamiento de problema mediante el cual se definió el problema general, los problemas específicos, el objetivo general, los objetivos específicos la justificación y limitaciones de la investigación. En el capítulo II se desarrolló el marco teórico de la investigación en el que se tomó como referencias los antecedentes nacionales e internacionales y las bases teóricas.

En el capítulo III se desarrolló la metodología de la investigación, en la que se definió el método de investigación, el enfoque de la investigación, el tipo de investigación, el diseño de investigación, la población, muestra y unidades informantes, la categorías y subcategorías del problema de investigación, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, el procesamiento y análisis de datos y los aspectos éticos.

Asimismo, en el capítulo IV se desarrolló la presentación y discusión de los resultados cuantitativos y cualitativos, el diagnóstico, la propuesta y la discusión de los resultados de la investigación, y en el capítulo V se desarrolló las conclusiones y las recomendaciones.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

La demanda de atenciones en el área de Ciencias de la Salud, en especial Odontológicos nivel internacional, se incrementó en el año 2017 en 51%, es por ello que para los profesionales de este sector existe una preocupación constante por brindar una gama variada de servicios especializados y recursos tecnológicos innovadores de calidad para la ciudad de la salud Oral del cliente (Díaz, 2020). En el entorno económico a nivel mundial antes de la pandemia COVID 19 había mejorado (Fondo Monetario Internacional, 2018), Sin embargo, a la raíz de esta emergencia sanitaria la economía mundial se ha visto frenada y está atravesando un momento complejo y delicado de recesión, sumando a una crisis política de tensiones comerciales y de servicios entre los países generado una incertidumbre financiera (FMI,2019).

Esta crisis financiera en el Perú se ha visto reflejado en las empresas teniendo un impacto negativo, así mismo, más de la mitad de las empresas clasificadas como medianas, pequeñas y microempresas presentan deudas y déficit (Durst 2021). Durante los últimos tiempos la crisis de ventas en las empresas se ha ido reduciendo a la mitad, obligando a bajar los salarios, incrementar las horas de trabajo y rescindir de sus servicios a los trabajadores por lo que resulta necesario un buen control de los gastos operativos (Carmina.et.2021).

En el sector salud, son las empresas privadas las que tienen una mayor demanda por los servicios de calidad que brindan en la atención, además, este sector se ha caracterizado por dar una atención eficaz y accesible e incluso antes de la pandemia las personas de los

países en desarrollo desembolsaron más de un medio billón de dólares en los pagos directos en la atención médica (Sanmartin- Durango et al., 2019).

El impacto financiero que genera esta demanda en la empresa por sus actividades comerciales se debería evidenciar en los gastos operativos que influyen el pago personal el alquiler, equipos, costos de servicios, planillas marketing y publicidad, sin embargo en muchas de ellas esta estrecha relación es inversa o no está muy clara influyendo adversamente en los estados financieros de las empresas (Dražić Lutilsky & Ivančić, 2017).

En el contexto nacional, se evidenció que, si las empresas no cuentan con un plan estratégico, es una probabilidad que el negocio fracase, es el caso de la clínica especializada de la Formación Odontológico de la Universidad de Lambayeque que generó una utilidad negativa en el año 2019 de S/. -89,181, esto debido a que la empresa no contaba con un plan estratégico en cuanto a sus gastos.

La empresa, tras el análisis se elaboró la propuesta haciendo una comparación al 2024 para incrementar la utilidad operativa. Además, consiguiendo que el margen de costo de ventas disminuyera en un 32.1%, los costos operativos también disminuyeron en 22.4%, el costo de luz eléctrica por tratamiento disminuyó en un 24%. Por otro lado, aumentaron los clientes en un 85%, esto permitió que la utilidad se incrementará a S/.409,798. Finalmente, se analizó la propuesta del costo que obtuvo un valor neto de S/. 293,942.49, con una tasa retorno de 81% lo cual garantizó que la implantación de plan estratégico es viable (Tamay, 2020).

Por otro lado, se evidencia que los procesos operativos en los consultorios odontológicos son de gran importancia, porque permite identificar los procedimientos que se realizan dentro de la empresa de tal manera que se pueda observar las deficiencias que puedan existir y de esta manera mejorar e incrementar la rentabilidad de la empresa. Los

consultorios odontológicos generalmente pertenecen a profesionales médicos en el sector salud, algunos de ellos no están bien estructurados como empresas, además no han diseñado un plan estratégico operativa por falta de conocimiento en el área administrativa y así poder administrar de manera eficiente permitiendo un crecimiento de la rentabilidad. Por lo que se considera que diseñar estrategias de control más eficiente de estos procesos operativos es de una gran ayuda para lograr incrementar la rentabilidad del centro odontológico (Rimarachín, 2019).

Finalmente, tras una revisión minuciosa de los estados financieros y estados de resultados de la Empresa prestadora de servicios odontológicos en estudio se llegó a identificar tres problemas que afectan a la rentabilidad económica de la empresa. El primer la entidad no distribuye adecuadamente sus gastos de venta, esto debido a que no tiene un control de gastos, segundo, los excesivos gastos administrativos, debido a que la empresa no tiene un manual de políticas de gastos que permiten llevar de manera más correcta todos los gastos que se realiza y el tercer problema es que la empresa ha disminuido sus ventas y una reducida cartera de clientes.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo mejorar la implementación de estrategias de los gastos operativos para el incremento de la rentabilidad en la empresa prestadora de servicios odontológicos, Lima 2021?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cuál es la situación de los gastos operativos de la empresa prestadora de servicios odontológicos?

¿Cuáles son los factores que inciden en los gastos operativos de la empresa prestadora de servicios Odontológicos, Lima 2021?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Proponer implementación de estrategias de los gastos operativos para el incremento de la rentabilidad en la empresa prestadora de servicios odontológicos, Lima 2021.

1.3.2. Objetivos específicos

Analizar la situación de los gastos operativos para el incremento de la rentabilidad en la empresa prestadora de servicios Odontológicos, Lima 2021.

Identificar los factores que afectan los gastos operativos para el incremento de la rentabilidad en la empresa prestadora de servicios odontológicos, Lima 2021.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Teórica

La investigación está justificada en la teoría de la contabilidad administrativa, teoría de la contabilidad y teoría del control de la contabilidad, cuyo aporte permite evaluar los factores que afectan en la organización, así como también la teoría de la contabilidad administrativa brinda herramientas que permiten la organización y control de todas las actividades realizadas para que de esta manera la empresa pueda llevar un control adecuado de sus gastos para la toma decisiones respectivas.

1.4.2. Metodológica

El presente trabajo se justifica, bajo el enfoque holístico mixto que permite tener información cuantitativa y cualitativa para poder lograr un diagnóstico real de los problemas o dificultades que pueda presentar la empresa y así permitir plantear una propuesta. Del

mismo modo, se realizará un análisis documental y entrevistas para la recolección de la información e identificar las deficiencias que existen en la empresa y así poder lograr un estudio problemático a mayor amplitud.

1.4.3 Práctica

El trabajo de investigación se realizará con un objetivo de incrementar la rentabilidad y crecimiento económico de la empresa prestadora de servicios odontológicos, mediante la investigación se identificaron los problemas a fin de proponer implementación de estrategias de mejora. El análisis documental permite recopilar la información que se tomará de los estados financieros y realizar comparaciones con los años anteriores lo cual se aplicará los ratios del estado de resultado, porque la empresa tiene una baja rentabilidad, debido a los excesos gastos venta, excesivos gastos administrativos y disminución de venta. así planteará soluciones a los problemas que existen en la empresa prestadora de servicios Odontológicos y así poder mejorar la rentabilidad.

1.5. Limitaciones de la investigación

Para el desarrollo de la investigación se tuvieron algunas dificultades presentadas en el estudio fue el tiempo porque debía compartir en los temas laborales y académicos. Sin embargo, se pudo superar a través de los permisos otorgados por la empresa. Asimismo, fue financiado con recursos propios. Por otro lado, ante la situación de la pandemia fue complicado recurrir a las bibliotecas para obtener información, pero fue superado encontrar información a través de las bibliotecas virtuales lo cual fueron mucha ayuda para realizar el trabajo de investigación.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Antecedentes internacionales

Nicaragua, Artola (2020), realizó el estudio de costos operativos y su impacto en la rentabilidad de la empresa de transporte de lago 2016 -2018. Su objetivo es verificar y analizar los gastos operacionales que afectan a la rentabilidad empresarial. El estudio se realizó mediante el enfoque mixto, se determinó la muestra de una parte de la población que fueron elegidos al azar para la recopilación de información, se realizó análisis documental y entrevistas. Como resultado del análisis documental de los gastos operativos para el año 2016 y 2018 son de - 641.98%, - 9.75% y -11,02%. Lo cual se observa que ha ido reduciendo los gastos operativos año. Finalmente se llegó a una conclusión que la empresa debería tener un mejor control de cada una de las operaciones que realiza y hacer un énfasis y así optimizar los recursos que aplica en la empresa.

Ecuador, Lucas (2019), en su investigación propuso encontrar alternativas que mejoren los gastos operativos y su influencia en la utilidad, el tipo de investigación es de un enfoque proyectivo, con una población que está conformada en el departamento de contabilidad gerencias para después realizar un análisis directamente con el tema. No se realizó muestra debido a que la población era muy pequeña de 3 trabajadores. Se realizaron entrevistas y análisis de documentos. se obtuvo como resultado, se analizará un análisis histórico para determinar cómo se ha originado los gastos operativos. Finalmente se concluye que los gastos operativos pertenecen al rubro de los insumos, herramientas y materiales del saldo del periodo que están en exceso, lo cual afecta a la utilidad de la organización. Se recomienda llevar correctamente la contabilización de los gastos y costos de venta para tener una utilidad favorable.

En Guayaquil, Robalino y Solórzano (2019), realizó un estudio sobre los gastos operacionales y su influencia en la rentabilidad en la determinación del impuesto a la renta. Tuvo como objetivo registrar correctamente el proceso la distribución de los gastos operativos; para el estudio de la investigación se basó mediante un enfoque cuantitativo que permite el análisis de estudio, no se determinó muestra, debido a que la población es pequeña para la recopilación de datos se realizó entrevistas, cuestionario y registro documental. Finalmente, la investigación se llegó a una conclusión que la persona encargada de registrar la contabilidad de los gastos colocaba facturas que no pertenecían a la actividad económica, la empresa no tiene políticas y procedimientos al momento de registrar la cuenta de gasto, se le recomienda a la empresa capacitar a los trabajadores para que haya un control adecuado de sus gastos operativos.

En Ecuador, Ruiz (2017), Tuvo como determinar los gastos operacionales y su impacto en los Estados Financieros en una empresa de transporte público de pasajeros. El presente trabajo se basó mediante un enfoque cualitativo con una población de 5 colaboradores de la empresa, no presentó muestra porque la población es pequeña para obtener los resultados se realizaron entrevistas y análisis documental. Se concluyó que en la empresa falta de control y archivos de la documentación en el departamento de contabilidad de la cooperativa, Falta de política y manuales de procedimientos en el área administrativa y de contabilidad, no realiza presupuestos anuales, no elabora ratios financieras en base a los estados financieros, en base a lo mencionado la empresa debe corregir con el fin de obtener estados financieros óptimos al fin de cada periodo para la toma de decisiones.

Ecuador, Cusco (2015), realizó la investigación sobre los gastos operativos e influencia en la Utilidad. El objetivo principal fue establecer un control de gastos operacionales y su influencia en la utilidad. La investigación tuvo un enfoque mixto, no se realizó ninguna muestra, debido a que la población era pequeña de 37 trabajadores; se utilizó la técnica encuesta, ficha de observación. Finalmente, se llegó a una conclusión para lograr un eficiente control de gastos, se debería minimizar los gastos innecesarios que realiza la empresa, lo cual la empresa debería tener un control de gastos por medio de un manual de trabajo para mejorar la utilidad de la empresa.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Según, Rimarachín (2019), realizó un estudio de gestión de procesos operacionales para identificar su eficiencia de estrategias que aumenten la utilidad en la clínica odontológica. Teniendo como objetivo evaluar la gestión de los procesos operativos para diseñar estrategias que ayuden a aumentar la rentabilidad de la empresa; El estudio se basó mediante un enfoque cuantitativo y cualitativo de diseño no experimental, la población que está conformada de los trabajadores de la clínica, se utilizó el análisis documental, entrevista y cuestionario para la obtención de información. Asimismo, se llegó a una conclusión que la clínica no identifica los procesos operativos, también el gerente toma decisiones de manera verbal; además se observó que no tienen un informe de histórica clínica de los pacientes. Por lo tanto, la empresa debe implementar estrategias para el mejoramiento de todas las actividades que realiza la empresa y así poder tomar decisiones.

Asimismo, Ochoa y Esquiche (2019), realizó la tesis sobre los gastos operativos y la creación de valor. Tuvo como objetivo analizar y optimizar los gastos operativos aplicados

por la empresa en los periodos 2014-2018 y mejorar la creación de valor en los periodos respectivos. La investigación fue descriptiva y aplicado al método deductivo; se realizó análisis documental, análisis financiero y la técnica de la entrevista, teniendo como muestra los estados financieros y papeles de trabajo de los períodos 2014 y 2018, teniendo como resultado la optimización y cálculo de los gastos operativos contribuyeron favorablemente en la creación de valor. Se llegó a una conclusión que el análisis y optimización de los gastos operativos contribuyen favorablemente en la creación del valor, medidos con los indicadores financieros, lo cual sirve al gerente de la empresa para una adecuada toma de decisiones y aplicación de los gastos operativos que contribuirán en la creación de valor de la organización.

Reategui (2019), en su investigación propuso un control de gastos interno-operacionales y su influencia en la gestión administrativa. Teniendo como objetivo el impacto del control gastos internos operativos en la gestión administrativa. La investigación se desarrolló con un enfoque cuantitativo, aplicado al método deductivo; con una población de 50 colaboradores; para recopilación de la información se realizó un cuestionario a través de la encuesta. Finalmente, concluyó que la empresa necesita un adecuado ambiente de control en cuanto a la gestión administrativa, conllevando un correcto manejo de ingresos y egresos de las actividades que están relacionadas directamente los gastos operativos de la organización, también se recomienda a la empresa realizar capacitaciones continuamente al personal.

Por otro lado, Gonzáles y Patiño (2019), realizó su tesis sobre gastos operacionales y la rentabilidad en la empresa de servicios. El objetivo es identificar los gastos operacionales que afectan a la rentabilidad. La investigación se basó en un enfoque mixto

con un método descriptivo, con una población que está conformada por todos los documentos de la empresa. Se utilizó un análisis documental; obteniendo como resultado que los gastos administrativos y gastos de venta afectan a la rentabilidad operativa. Finalmente, se llegó a la conclusión que los gastos administrativos han incrementado a un 71.22% y las ventas en un 29.18% se debe realizar un análisis mensualmente sobre los gastos y así poder mejorar los problemas encontrados en la empresa no hay un correcto control de gastos ocasionados, lo cual afecta a la utilidad de la empresa, se recomienda realizar capacitaciones continuas y un control adecuado para así poder reducir los excesos gastos que se realizan en la empresa.

Finalmente, Tejeda (2018), realizó un estudio sobre gastos operativos y su influencia en el estado de resultado de las pequeñas y microempresas. Teniendo como objetivo identificar de qué manera los gastos operativos repercuten en los estados de resultados en las pequeñas y microempresas del rubro imprenta. La investigación se realizó de tipo de estudio Básica, con un nivel descriptivo y diseño no experimental, no se realizó ninguna muestra debido a que la población era pequeña de 13 trabajadores de la empresa, para la recopilación de información se aplicó encuestas a los representantes de las diferentes empresas. En conclusión, los gastos operativos inciden en los estados de resultados de las operaciones, se recomienda a la empresa capacitar al personal continuo para aplicar correctamente los gastos operativos dentro del estado de resultado.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Marco fundamental

Teoría de la Contabilidad Administrativa

La investigación se basa teóricamente en 3 teorías, como la teoría de la contabilidad administrativa se centra en la información interna dentro de una organización en la toma de decisiones. La contabilidad Administrativa, permite, analizar y preparar la información detallada lo cual se reporta la información financiera y no financiera que ayuda a la empresa a tomar decisiones con el fin de lograr sus objetivos dentro de una organización y permite a los gerentes utilizar la información de la contabilidad administrativa para desarrollar, comunicar e implementar estrategias. Asimismo, se utiliza la información de la contabilidad administrativa para coordinar las decisiones de marketing de los productos y para evaluar el rendimiento económico. Esta información obtenida tiene que seguir reglas y principios establecidos. Por otro lado, la contabilidad administrativa ayuda a elaborar la información para los gerentes de una empresa para una correcta toma de decisiones (Horngren, et al., 2003).

Teoría de la contabilidad

Esta teoría se basa en un estudio de ajuste y condiciones de equilibrio, que representa para las entidades una unidad de múltiples grupos humanos y recursos, que se forma para logra mediante la determinación de objetivos y el desarrollo económicos. De la misma forma, este permite tomar el atributo del activo según la demanda y la oferta para extraer el beneficio del resultado obtenido durante la realización de los derechos o servicios expresable, mediante los objetos que asumen a las transacciones de registrar los precios. Para esta investigación, la teoría de la contabilidad es fundamental para el proceso organizacional,

lo cual permite un adecuado registro contable dentro de una organización (Chávez et al., 1997).

La teoría de la contabilidad es un proceso de enseñanza del aprendizaje. En general, la enseñanza de contabilidad es un modelo para la sociedad primitiva, donde la escuela garantiza el carácter obligatorio de una imitación de formación empírica. En la actualidad, se utiliza el enfoque de análisis conductual: una parte de la negación de la libertad individual, que busca crear un modelo de comportamientos a partir de estímulos que provocan consecuencias dirigidas hacia consecuencias preestablecidas. La técnica contable no es una técnica neutral, si no una portadora de intereses definidos, donde la contabilidad tiene un contenido ideológico profundo (Sepúlveda et al., 2016).

Teoría de la contabilidad y el control

Es la técnica que permite registrar de manera oportuna de forma ordenada cada movimiento económico que realiza la empresa, también se debe conocer las variaciones que existe en la empresa, es fundamental que el gerente conozca todo que se realiza en una empresa, para una adecuada toma de decisiones. También se conoce como un conjunto de reglas para hacer el bien, es científica porque está relacionada a la matemática, al derecho, la Economía y a la estadística. La contabilidad administrativa se ocupa de proporcionar información dentro de una organización que se encargan de la dirección y controlar todas las operaciones de la contabilidad financiera, es muy importante porque provee la información importante para los gerentes ya periódicamente se debe entregar detalladamente todos los movimientos internos y externos de la empresa (Garrison, et al., 2007).

La teoría de control es fundamental en una empresa, también es una herramienta que sirve en la organización que permite controlar todas las actividades, es un proceso integrado a las operaciones que se realizan para poder controlar al personal dentro de una organización.

Así, poder dar una estabilidad de alcance de los objetivos, confiabilidad de la información, la eficiencia y eficacia que se realiza y dar cumplimiento a las leyes, reglamentos y políticas establecidas, el control de todos recursos disponibles para la empresa (Meléndez, 2016).

El control es una acción de analizar, verificar, comprobar y controlar la medición del desempeño y corrección para así garantizar que se hayan cumplido lo establecido por la entidad. Existen dos tipos de control interno y externo: El control interno es realizado por los funcionarios de una entidad, pensando en enfrentar los riesgos presentados en una estabilidad razonable, el control interno tiene como objetivo promover la optimización de la eficiencia y la transparencia de todas las operaciones de la calidad de servicio público como proteger y defender los recursos y bienes ante cualquier pérdida o deterioro ante cualquier hecho irregular, se garantizando la confiabilidad y posibilidad la información, Promoviendo el cumplimiento por los funcionarios públicos y ser responsable de los servicios y bienes públicos. El control externo, es la agrupación de normas, técnicas y políticas de procedimientos; lo cual es aplicado por el órgano del sistema de control, contraloría general de la república (Contraloría General de la Republica, 2016).

2.2.2 Marco conceptual

Implementación de Estrategias

Concepto de estrategia empresarial: Es un conjunto de acciones encaminadas a crear el valor de una organización, define los objetivos teniendo en cuenta el que hacer y cómo hacerlo para alcanzarlos, considerando dos aspectos: La comunicación interna para que exista la participación de todo el personal y la adaptación a los cambios del entorno que le permitan adaptarse a nuevas situaciones.

Implementación de estrategias de marketing relacional en una empresa de Salud.

Las empresas orientadas al cliente usan el marketing relacional el cual debe generar una experiencia grata en la atención y calidad de servicio obteniendo fidelidad y lealtad de tal manera que se logre la recomendación del mismo. Para ello es necesario un trabajo continuo, por lo que es necesario conocer al cliente, así como sus necesidades y sus expectativas del producto o servicio que desea adquirir.

En la primera fase que es la plataforma inicial se establecen los objetivos, la organización de los datos de la historia clínica del paciente organizado en una base de datos y también un análisis comparativo con otras empresas similares. En la segunda fase que es de decisiones clave se define el público objetivo y se determina el tipo de marketing. En la tercera fase se hace se diseña o adapta un programa, se ven los aspectos legales y de organización. En la cuarta fase se ven los aspectos operativos, es decir se seleccionan los incentivos, premios, fijando los objetivos, elaborando un presupuesto, en la quinta fase se realiza el lanzamiento y seguimiento del producto (Alcaide, 2015).

La ejecución del plan estratégico requiere de una implementación de actividades y opciones por lo que se constituye importante este proceso, para ello se debe tener claro los objetivos, así como también las estrategias y la política a emplear. Este plan estratégico se desarrolla mediante la ejecución de programas y procedimientos en los que se tiene en cuenta el presupuesto. Entonces podemos deducir que tanto la formulación como la implementación son similares. La estrategia debe ser diseñada previamente tras la evaluación de las acciones que se emprenderán.

Una estrategia que se formula bien canaliza esfuerzos y asigna recursos de la empresa para adoptar una acción viable y así adoptar una posición viable, todo esto basado en un análisis de sus fortalezas y debilidades es decir sus capacidades para poder anticiparse a los

cambios que requiere el contexto, el movimiento del mercado y características de los competidores identificando las oportunidades y algunas amenazas que podrían darse (francés, 2006).

Mediante la implementación estratégica la organización formula objetivos y busca una vía para desarrollarlos y cumplirlos. Se mezcla el análisis interno y todos los conocimientos de los directivos de la empresa de tal manera que se concientiza y se crea valores en los recursos humanos. Para el diseño de la estrategia existen dos claves: hacerlo bien y escoger a la competencia para derrotarlos. Finalmente, se realizó un análisis de acciones que están integrados en la dirección de la estratégica (Halten, 1975).

Gastos Operativos

Los gastos operativos, son aquellos que permiten sostener a diario las actividades realizadas por la empresa, que están directamente relacionadas con la elaboración del producto o servicio, los que permiten garantizar un correcto manejo de una organización. Las empresas que realizan sus propias actividades comerciales cubren los gastos para llevar a cabo lo anterior. Los desembolsos que ha realizado la entidad que están relacionados con el negocio sin tener en cuenta el costo de stock vendido. Por otro lado, los gastos operativos son una parte importante de la generación de productos y que son materiales de uso común, que no corresponden al material de transformación, pero contribuyen a la transformación del servicio (Horngren, et al., 2003).

Según, Tuesta (2008) los gastos operativos son aquellos que forman parte de una contribución para saber cómo se desempeña la función y que esta no tendrá carácter remunerativo ni pensionable sin afectar al pago del impuesto a la renta. lo cual estos no se considera una buena toma de decisiones al incremento del sueldo, tomando eso de una

manera moderada para manejar lo más transparente posible dentro de una política que prevalezca una rendición de cuentas en cuanto al pago de impuestos.

Los gastos operativos son el dinero que una empresa tiene que pagar por las distintas actividades que se realizan. Entre los más habituales se encuentran el siguiente pago del alquiler del local u oficina en la que se ubica, el pago de salarios al empleado y la compra de bienes. Es decir, en una especie de gastos operativos que inciden en una empresa y que se van a utilizar para mantener su estado o en su defecto para cambiar el estado de inactivo si no puede encontrar el óptimo de las condiciones de trabajo. Estos gastos operativos se dividen en varios; sueldo, servicios básicos de la oficina, gastos de administración, pagos de intereses, emitir cheques de las deudas incobrables son los gastos incurridos antes y gastos de representación.

Por lo tanto, una inversión es el capital que se invierte con el objetivo de obtener una ganancia futura, es decir que cuando invierte está renunciando a un beneficio inmediato si a un futuro. principalmente la diferencia de inversión y gasto operativo, porque estos últimos están absolutamente direccionados a la operación de la empresa en cuestión y no se materializa en la expectativa de beneficio futuro, pero la misión es facilitar el sustento de la empresa (Medina, 2011).

Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son aquellos ocasionados en el desarrollo de las actividades de una organización, estos gastos esta corresponde directamente al área de la administración, dentro de ello encontramos el sueldo del personal del a área operativas, contador, gerencia, pago de servicio, asesorías legales, gastos de donaciones directivo donaciones y seguros entre otros. Asimismo, todos los gastos de administración se

encuentran en la enfocados a la compra o venta o prestación de servicio la cual se dedica la empresa (Barzola y Coella, 2020).

Los gastos de administración comprenden gastos de supervisión y de administración en general de llevar los registros y el control contable, gastos de correspondencia, compras, etc; como por ejemplo honorarios de auditoria y contabilidad, gastos de crédito y cobranza, depreciación de del equipo y útiles de oficina, gastos de edificio y oficina de la administración, nómina de oficina, artículos de escritorio, papelería y correo, teléfono y telégrafo, entre otros (Rondan, 2017).

Por otro lado, los gastos de administración en las empresas en su trayectoria realizan diversas operaciones que conlleva a tener un mejor desarrollo. Asimismo, los gastos generados son por diversos gastos de la administración, estos gastos están vinculados directamente a las área administrativa y no operativa. Entre los que podemos mencionar que los sueldos de secretarias, contables, alquiler de oficinas, material de oficina, etc. Por lo tanto, podemos llamar gastos administrativos y gastos de ventas de producción en lo general, estos gastos están enfocados en lo administrativo de las actividades de la empresa u organización, lo cual son importantes para el funcionamiento de una empresa; siempre cuando generen un control en la organización (González y Patiño, 2019).

Asimismo, los gastos de administración son los que incurren en la distribución o producción, del mismo modo estos gastos que se realizan proveen a la supervisión de todas las funciones de la empresa. Estos gastos se consideran gastos fijo y variable, que pueden ser hasta cierto punto controlados. En este rubro normalmente se consideran los sueldos al personal administrativo, gastos de mejoras, sueldos de contado, entre otros. También, son considerados servicio de luz, uso de vehículo, impuestos, entre otros (Menéndez, 2012).

Por otro lado, los gastos administrativos están constituidos por el conjunto de erogaciones, depreciaciones, amortizaciones y aplicaciones relacionadas con el manejo y dirección de las operaciones generales de una empresa. Normalmente incluyen las funciones de gerencia, auditoría, contabilidad, crédito, y cobranza y la oficina en general. En el caso de la empresa MYPES serán aquellos relacionados con las actividades de dirigir y administrar. Las MYPES cuya actividad comercial, es la elaboración de los presupuestos es más simple, pues en lugar de los presupuestos de la producción, únicamente elaborar las compras de mercadería, así mismo el inventario final deseado de las mismas. En la determinación de los costos de lo que está vendido de igual manera será más fácil su elaboración (Rivadecira, 2014).

Gastos de Venta

Estos gastos son aquellos que incurran en el departamento de ventas a la prestación de servicio o productos; los gastos están relacionados a las de ventas como son: sueldos, viáticos, marketing, distribución, publicidad y comercialización estos gastos son directamente ocasionados con el objetivo de captar clientes para el crecimiento de las ventas en la empresa (Gitman, 2003).

Asimismo, los gastos de venta son aquellos que están relacionados directamente a las ventas y son esenciales en el desarrollo de estos. Por lo tanto, la promoción realizada de marketing tiene relación directa con las ventas. Por ejemplo, el pago de los gerentes de ventas, sueldo de almacén, personal que atienden al público, sueldo de conductores de equipo de reparto, comisiones a los empleados, publicidad y propaganda, etiquetas, envoltorios y empaque, flete y transporte de mercadería vendida, costos mantenimiento del equipo y depreciaciones, en lo general son todos los gastos que están relacionados a los gastos de venta (González & Patiño, 2019).

Asimismo, en su libro en la teoría de gastos de venta, indica que los gastos de venta serán examinados detalladamente. También los gastos de venta son las comisiones que nos pueden dar un resultado negativo, esto se puede generar como disminución o pérdida en el resultado del ejercicio. Por otro lado, los gastos de venta son de gran importancia al momento de reducir podemos incrementar la liquidez de la empresa (Muñoz, 2008).

Finalmente, estos gastos son los que intervienen directamente en la venta de servicios llegando directamente al consumidor, como promociones y los gastos de departamento de las ventas y pago de su personal. De tal manera, que las actividades que se realizan tienen que para poder llegar al consumidor; son aquellas que se refieren al proceso del gasto de la empresa, los gastos de ventas se clasifican en gastos fijos, gastos variables de acuerdo con el comportamiento del incremento de las ventas. Los gastos de venta están constituidos por el conjunto de erogaciones, depreciaciones, amortizaciones y aplicaciones relacionadas con el almacenamiento, distribución y entrega de los bienes que se produce en la empresa, los gastos de promoción y propaganda y los gastos de departamento de ventas y su personal. es decir, son todos aquellos que están directamente relacionado con la actividad de vender un bien o un servicio (Rivadeneira, 2014).

Son los relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la Venta, la promoción de ventas, los gastos en que se incurre al realizar las ventas y, si no se tiene un departamento de reparto, también los gastos por este concepto; Asimismo, los originados por las ventas o que se hacen para el fomento de éstas, tales como: comisiones a agentes y sus gastos de viajes, costos de muestrarios y exposiciones, gastos de propaganda sobre la base de causación, las sumas o valores en que se incurre durante el ejercicio, directamente relacionados con la gestión de ventas encaminada a la dirección, planeación, organización de las políticas establecidas para el desarrollo de la actividad de 24 ventas del

ente económico incluyendo básicamente las incurridas en las áreas ejecutiva, de distribución, mercadeo, comercialización, promoción, publicidad y ventas (Rondan, 2017).

Ratios de rentabilidad

Son aquellos que miden la capacidad y generan beneficios económicos de una empresa. Su objetivo es analizar los resultados obtenidos para las decisiones políticas en la administración de una organización. Los resultados económicos se deben evaluar en la actividad empresarial, lo cual expresa el desempeño en cuanto a sus ventas. Es importante saber los números, porque la empresa necesita generar una ganancia favorable para continuar con sus actividades. Los indicadores negativos de la fase de desembolso de la empresa a afectará a toda la estructura al exigir mayores costos financieros por parte de los propietarios para mantener la empresa. Los indicadores de la rentabilidad son variados, lo importante que se debe estudiar es la rentabilidad del patrimonio, la rentabilidad de los activos totales y el neto sobre ventas. Asimismo, el índice de rentabilidad financiera sirve como medio para medir el rendimiento obtenido de una inversión, en particular tomando factores de precio, de los gastos de producción (Aching,2005; Torres, 2011).

Por otro lado, los ratios son matemáticamente la razón de relacionar entre los números, son un conjunto de índices, que se relaciona con los resultados de las cuentas del Estado financiero. Este análisis provee información de suma importancia lo cual permite tomar decisiones positivas dentro de una organización; los dueños de la empresa, banqueros, asesores capacitadores, entre otros. De tal manera, si realizamos una comparación del total de activos corrientes con el total de pasivo corriente, obtendremos cual es la capacidad de pago a la empresa, si la empresa puede pagar sus pagos a mediano o largo plazo (Guzmán, 2005).

La rentabilidad es la capacidad de la utilidad de la empresa, esto tienen como resultado neto es apreciar ciertas decisiones y políticas de la administración de la empresa. La actividad empresarial se evalúa con los resultados económicos con relación al rendimiento de las ventas, activos o capital. La empresa necesita producir utilidad para eso es importante conocer las cifras para que pueda existir; Los fondos de las operaciones de corto plazo está relacionado directamente con la capacidad de la empresa. Si la empresa está atravesando negativamente esto afectará a toda la estructura, los dueños de la empresa deben exigir un financiamiento para así poder mantener la empresa (Guzmán, 2005).

Estados Financieros

Los estados financieros, presentan detalladamente la información financiera de los últimos años de una organización. A lo largo de los años se ha hecho un esfuerzo para lograr homogeneizar la información financiera que pueda ser entendida por las personas de cualquier parte, lo cual permite que cualquier empresa que esté bien organizada llegue alcanzar en los niveles de competitividad globales para poder lograr una incursión en los mercados internacionales. El análisis del estado financiero es un estudio en el que existen distintos elementos financieros de una empresa, manifestado por un conjunto de estados contables que pertenecen a un mismo año y estos elementos que aparecen en una serie de estados financieros para el funcionamiento de un negocio. El análisis de los estados financieros es muy importante para una organización (Coella, 2015).

Estado de resultado

Los estados de resultados proporcionan los resultados obtenidos de las operaciones de la empresa durante los periodos determinados. Por lo tanto, los estados cubren de un periodo de un año y también a una determinada fecha, por lo general es al 31 de diciembre de cada año. Del mismo modo las grandes empresas que operan un ciclo financiero son de

12 meses. Sin embargo, los estados de resultado se realizan mensualmente para el uso de la administración que debe estar disponibles para los jefes de las compañías (Gitman, 2003).

Análisis Horizontal

Este análisis ayuda a comparar cuentas de los estados financieros de diferentes años, las cuales se presentarán como un porcentaje de cada una de las cuentas de los estados financieros. Cada cantidad de partida del estado más reciente se comparará con el año anterior y el actual que registran la cantidad y se observará si en el elemento aumentó. Este análisis de las cuentas permite comparar los estados financieros de diferentes años, permitiendo analizar un año con otro, demostrando los aumentos o disminuciones de cada elemento de los estados financieros, lo cual se centra en los cambios significativos de cada elemento. Estos cambios se registran como valores relativos y absolutos, primero se encuentra la diferencia de un año base y segundo porcentual del año (Coella, 2015; Olivera, 2016).

Análisis vertical

El análisis vertical ayuda en la determinación de los elementos de los estados financieros, tomando como referencia el total de activos, pasivos y patrimonio del balance, el total de ventas es el estado de resultado. Se realiza un análisis de porcentajes y también se puede utilizar para las diferencias de cada uno de los elementos del estado. El estudio que se realiza se llama análisis vertical que se fundamenta en la comparación de dos o más elementos de un año. Además, las cuentas se pueden comparar con otra empresa del mismo rubro. El total de los activos se le asigna un valor de 100%, obteniendo la estructura del activo. Esta misma se utiliza para la estructura para los demás elementos (Coella, 2015).

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Método de investigación

Método deductivo

En la investigación usaremos el método deductivo que representa el inicio de las teorías, leyes y principios mediante una cadena de enunciados que siguen de manera directa las leyes de la lógica, con el propósito de demostrar la contrastación de una hipótesis deduciendo de ella una conclusión (Martínez, 2012).

Método inductivo

El método inductivo será usado en la investigación como procedimientos teóricos que conducen en determinado momento hacia los resultados, parten de la observación directa para luego hacer generalizaciones respecto a los fenómenos que observamos, permitiendo llegar a la obtención de leyes generales (Martínez,2012).

Método analítico

La investigación del método analítico cumple un rol de separar las partes del fenómeno que se va a estudiar, observando de manera consecutiva sus causas y efectos para entender su naturaleza. El análisis que se realizará ayudará a comprender la esencia del objeto de estudio y de las características de la Empresa en el que enfocamos la investigación (Martínez, 2012)

3.2 Enfoque

La investigación es mixta, porque obtiene información sobre la problemática de estudio recolectados datos categóricos y numéricos, haciendo uso de una triangulación. Se hace una incorporación de los métodos cuantitativos y cualitativos de una sola investigación, con el fin de enseñar de forma completa al fenómeno de estudio, teniendo presente la

conservación de las estructuras y procesos originales de cada procesamiento (Carhuancho et al., 2019). La investigación es de enfoque mixto, por lo cual se analizará ampliamente el sistema de costos para que haya un mejor control en la empresa prestadora de servicios odontológicos.

3.3 Tipo de investigación

Proyectiva

La investigación es de carácter proyectivo elabora propuestas y soluciones como consecuencia de los problemas obtenidos en estudio, donde las soluciones están sustentada en objetivos que pretenden dar soluciones, los resultados se perciben en la metodología del estudio. La investigación en su proceso inicia desde la formulación del problema planteado hasta la recomendación de estrategias (Carhuancho et al., 2019).

3.4 Diseño de la investigación

No experimental

El diseño no experimental es aquel que define intencionalmente sin manipular las variables de tal manera que se pueda registrar la información de la empresa en su entorno natural para ser analizada (Hernández et al., 2014). Finalmente, este diseño de investigación se demostrará con los resultados obtenidos mediante los instrumentos de la encuesta y la revisión documentaria de la Empresa.

La investigación Holística usa una metodología integral y eficiente que trabaja con múltiples procesos como la identificación de hallazgos, la clasificación y descripción de una

propuesta que engloba desde a las personas que desarrollan investigaciones en todos los campos del conocimiento surge como parte de una necesidad que facilita el inicio de una metodología integral y eficiente de las personas que realizan investigaciones en los diferentes campos del conocimiento. Donde proponen que representa la investigación global, integradora, evolutiva y organizada. Las teorías de investigación son modelos del futuro en la aplicación de llevar a cabo de soluciones la evaluación de proyectos, programas y actividades sociales (Hurtado, 2000).

3.5 Población, muestra y unidades informantes

Población

Este estudio está conformado por toda la documentación contable de la empresa respecto a los gastos operativos, como objeto de estudio para obtener la información lo cual amerita el análisis de estudio de gastos operativos de la organización. Esta población comprende todos los sujetos y objetos de que pertenece a la empresa tal como lo precisa (Hernández 2014; Carhuancho et al., 2019).

Unidades informantes.

Son aquellos encargados de brindar la información de la empresa relacionado al tema de investigación. Lo cual ayudará en el trabajo de investigación a identificar las fuentes importantes y viables, cada uno tiene una responsabilidad asignada y aportará una información relevante para determinar las posibles soluciones que se evidencian en la empresa para la investigación se solicita la colaboración del contador, asistente contable, y representante de la empresa (Hurtado, 2000).

3.6 Variables y dimensiones

Gastos operativos.

Los gastos operativos, son aquellos que permiten sostener a diario las actividades realizadas por la empresa, que están directamente relacionadas con la elaboración del producto o servicio, los que permiten garantizar un correcto manejo de una organización. Las empresas que realizan sus propias actividades comerciales cubren los gastos para llevar a cabo lo anterior. Los desembolsos que ha realizado la entidad, que están relacionados con el negocio sin tener en cuenta el costo de stock vendido. Por otro lado, también los gastos operativos son una parte importante de la generación de productos y que son materiales de uso común, que no corresponden al material de transformación, pero contribuyen a la transformación del servicio (Horngren, et al., 2003).

Tabla 1
Matriz de categorización de categoría problema

Categoría	Subcategorías	Indicadores
C1 (problema): Gastos Operativos	SC1.1. Gastos de Administrativos	I.1.1.1. Control de gastos I.1.1.2. Recursos humanos I.1.1. 3.Pago de servicios
	SC1.2. Gastos de ventas	I.1.2.1. Publicidad I.2.2 Marketing I.3.3. Alquiler
	SC1. 3.Ratios de rentabilidad	I.1.3.1. Rentabilidad de ventas I.1.3.2. Margen de utilidad neta I.1.3.3. Rentabilidad sobre el patrimonio

Definición Conceptual categoría solución

Implementación de Estrategias

La estrategia se define en forma amplia o en forma. La estrategia puede ser diseñada con antelación o ser emergente, cuando surge de las acciones emprendidas sin una definición explícita previa. Una estrategia bien formulada permite canalizar los esfuerzos y asignará los recursos de una empresa, y conlleva a adoptar una posición singular y viable, basada en sus capacidades internas (fortaleza y debilidades), anticipando los cambios en el entorno, los posibles movimientos del mercado y las acciones de sus competidores oportunidades y amenazas (francés, 2006).

Tabla 2
Matriz de categoría de solución implementación de estrategias

Categoría	Alternativas de solución	KPI	Entregables
	Implementaciones políticas de gastos de administrativos.	Gastos administrativos/ventas Análisis vertical y Horizontal	Manual de políticas de gastos administrativos. Flujograma de gastos administrativos.
Implementación de estrategias	Flujograma de procesos de gastos de ventas y políticas de gastos. Estado de resultados, estrategias de ventas y estrategias de Marketing	Gastos de ventas / ventas Análisis Horizontal Margen de utilidad neta (Utilidad Neta/ ventas netas). ROE:(Resultado neto / Activo Total. ROA: (Resultado neto/ Activo total) (Costo de ventas/ventas)-1	Manual de políticas de gastos de venta Flujograma de gastos de venta. Estrategias de ventas Estrategias de Marketing (4 p) Cartera de clientes.

3.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.7.1. Técnica

Entrevista

En el estudio se aplicó la técnica de la entrevista que se trata de un diálogo de dos o más personas, la entrevista se programará con anticipación, por el cual el investigador deberá comunicar y especifica el día, hora y lugar, donde se realizará preguntas referentes al tema de investigación, cuyo objetivo es conocer su apreciación respecto a la problemática de estudio, la información que se obtenga se estudiará detenidamente para buscar las dificultades que sobre el sistema de costos (Hurtado, 2000).

Análisis documental

El análisis documental, es una técnica que brinda información con la finalidad de contribuir con el marco teórico. Este método tiene como propósito analizar el mensaje que

está textualizado en una historia, artículo, un texto permite la recopilación de datos a través de los documentos, para el sustento de la investigación, analizar y revisar los estados financieros de la empresa (Carhuancho et al.,2019).

3.7.2. Instrumento

Guía de entrevista

Es un instrumento donde se debe especificar los datos del entrevistador, y los datos referentes al trabajo de investigación, que está relacionado con las preguntas relacionadas al tema de investigación. Para obtener la información se recomienda redactar de diferentes formas, para tener alternativas en caso la persona que se va a realizar la entrevista no entienda, el entrevistador debe considerar reservada la información que reciba (Hurtado, 2000).

Ficha de registro documental

Se utilizará como instrumento el registro documental para obtener los datos a través de la técnica que buscará registra, clasificar y analizar datos numéricos correspondientes a los gastos operativos de la empresa, con la finalidad de un mejor control para la toma de decisiones (Carhuancho et al.,2019). Para ello se solicitará el permiso correspondiente al área contable de la empresa para que me proporcione los documentos para la presente investigación.

3.7.3. Descripción

Ficha técnica: Guía de entrevista

Año:2021

Autor: Luz Elvira Blanco García

Objetivo: conocer los problemas de la empresa que existen actualmente

Subcategorías. Gastos Administrativos, Gastos venta, Ratios de rentabilidad

Ficha Técnica: Registro documental

Año: 2021

Autor: Guevara Cieza Nilda Janeth

Objetivo: obtener colaborar información situación financiera empresa

subcategorías: Gastos Administrativos, Gatos venta, Ratios de rentabilidad.

3.7.4. Validación

Es un instrumento utilizado que consiste en probables conclusiones o sugerencias, esto es dependiendo del resultado que se obtenga, tiene relación con que una herramienta debería ser utilizado en funcionalidad a eso que fue desarrollado (Bernal, 2010).

En esta investigación, la validez del instrumento se realizó a Juicio de expertos

Tabla 3
Expertos que evaluaron el instrumento

Apellidos y Nombres	Especialidad	Opinión
Nolasco Labajos, Fernando Alexis	Licenciado en educación	Aplicable
Carhuancho Mendoza, Irma Milagros	Licenciado en Administración	Aplicable
Capristán Miranda, Julio Ricardo	Contador Público	Aplicable

Tabla 4
Expertos que evaluaron el instrumento

Apellidos y Nombres	Especialidad	Opinión
Capristán Miranda, Julio Ricardo	Licenciado en Finanzas	Aplicable
Julca García Paola Corina	Magister	Aplicable
Marinque Linares Cinthia Polett	Contador Público	Aplicable

3.8 Procesamiento y análisis de datos

Los datos registrados serán sometidos al paquete estadístico SPSS versión 25.

Primer paso: se enviará el cuestionario a los jueces para su respectiva validación, Segundo paso: se llevará a cabo la prueba del piloto, Tercer paso: La tabulación de datos se ejecutará en el programa de Excel para facilitar el proceso e interpretación de los gráficos obtenidos, Cuarto paso: la guía de entrevista se evaluar, Quinto paso: se aplicarán las entrevistas y vídeos, Sexto paso: las respuestas se transcriben en Word y se aplicará en el Atlas ti. Luego de recolectar los datos, la tabulación se realizó en el programa Excel, donde se resaltaron los resultados, mediante tablas gráficos. Asimismo, el Atlas ti se utilizará para crear Códigos, grupos y redes

3.9 Aspectos éticos

En la investigación se realizó mediante la estructura APA versión 7. Lo cual se debe respetar los derechos de autor de los libros, revistas científicas, artículos científicos, tesis y otros documentos que hayan sido consultados y utilizados en la actual investigación que fueron citados en estilo APA. Las respuestas de los encuestados se deben de mantener en confidencialidad individual. Los resultados se deben presentar de forma auténtica sin alterar los resultados.

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 Descripción de resultados cuantitativos

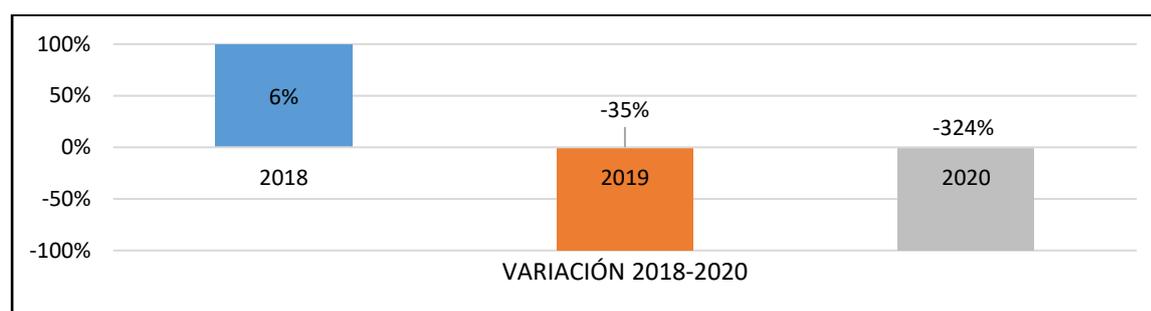
Para desarrollar los resultados cuantitativos se realizó un análisis vertical de las cuentas más significante con relación a categoría problema, obteniendo del estado de

resultados de los periodos 2018,2019 y 2020.el análisis vertical permite realizar un estudio en porcentajes como también se muestra las diferencias variaciones de cada uno de los componentes del estado. El tipo de estudio se llama análisis vertical que se fundamenta en la comparación de dos o más cuentas de un mismo año. Además, la cuenta se puede comparar con su equivalente en otra empresa del sector. El total de los activos se le asigna un valor de 100%, obteniendo la estructura del activo. Esta misma se utiliza para una estructura de pasivo, del patrimonio o del estado de ganancias y pérdidas (coella,2015).

Tabla 5
Análisis de gastos operativos

Análisis	Fórmula	2018	2019	2020
Gastos operativos	$\frac{\text{Gastos operativos}}{\text{ventas}}$ =	$\frac{19,234.00}{301,601.00}$	$\frac{-36,195.00}{103,023.00}$	$\frac{-38,642.00}{11,926.00}$
	Resultados estadísticos	6%	-35%	-324%

Figura 1
Gastos operativos



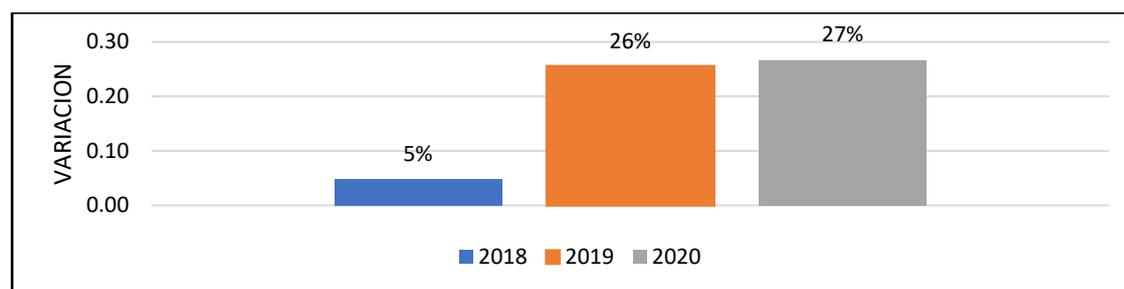
En esta tabla 5 y figura 2 se muestra el análisis vertical de los gastos operativos que se realizó de los estados de resultados para poder determinar la variación de porcentaje, como podemos observar en el ratio para el año 2018 tiene 6% esto quiere decir que la empresa no tiene muchos operativos. En cambio, para los años 2019 y 2020 han incrementado a un .35%

y 324% lo cual no es favorable y estos gastos han generado que la empresa no tenga utilidad positiva generando tenga pérdida en los años mencionados.

Tabla 6
Análisis de gastos de ventas 2018 al 2020

Análisis	Fórmula		2018	2019	2020
Análisis vertical de gastos de venta	<u>Gasto de venta</u>	=	<u>14,512.00</u>	<u>26,287.00</u>	<u>11,187.00</u>
	Ventas		301,601.00	103,023.00	11,926.00
	Resultados estadísticos	=	5%	26%	27%

Figura 2
Gastos de ventas del 2018-2020



En esta tabla 6 y figura 2 se muestra el análisis vertical que se realizó de los estados de resultados para poder determinar la variación de porcentaje de los gastos de venta, como podemos observar en el ratio para el año 2018 tiene 5% esto quiere decir que la empresa no tiene muchos gastos de venta. En cambio, para los años 2019 y 2020 han incrementado a 26% y 27% lo cual no es favorable para la empresa.

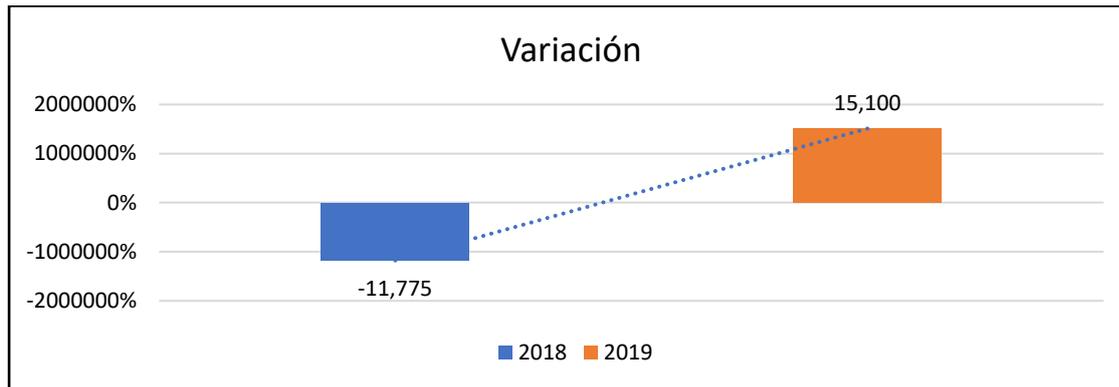
Tabla 7
Análisis Horizontal de gastos de venta de los años 2018 -2020

Análisis	Fórmula		Variación %	Variación A
Análisis horizontal	$G. V 2020 - G. V 2019$	=	$-11,187 - 26,287.00$	-15,100
	$GV.2019$		-26,287.00	-57%

G. V 2019-G. V 2018	-26,287.00	-14,512.00	14,187-26287.00	-15,100	-57%
GV.2019	-11,775.00	-14,512.00	-26,287.00	-81%	

Figura 3

Gastos de venta 2018-2020.



En este análisis en la tabla 7 figura 3 indica que los gastos de ventas del periodo 2018 al 2019 incrementaron en un 81%, a causa de que no hubo un control en área de logística mientras en los periodos 2019 y 2020 disminuyeron en un 57%, estos gastos se excedieron a una mala planificación.

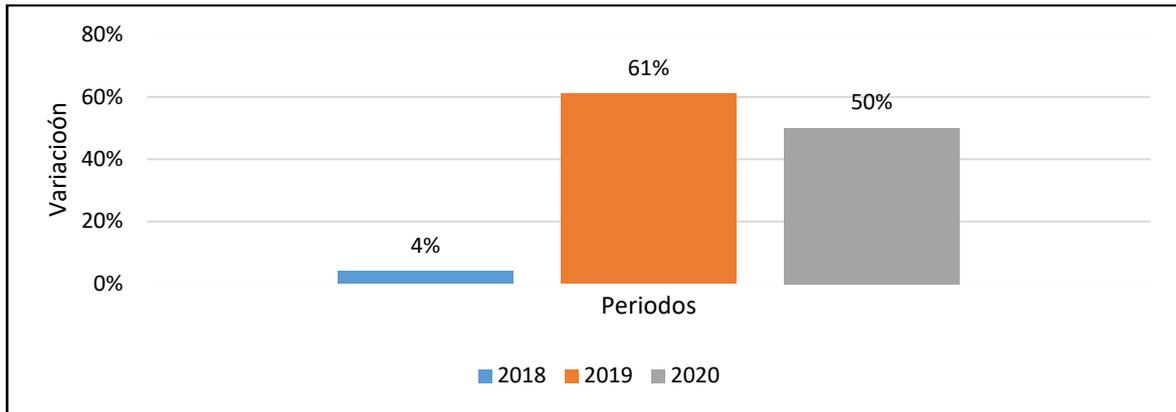
Tabla 8

Análisis vertical de gastos Administrativos de los años 2018 al 2020

Análisis	Fórmula	2018	2019	2020
Ratios	<u>Gastos administrativos</u>	= <u>12,417.00</u>	<u>62,947.00</u>	<u>5,942.00</u>
	ventas	301,601.00	103,023.00	11,926.00
	Resultados estadísticos	= 4%	61%	50%

Figura 4

Gastos Administrativos 2018-2020



En esta tabla 8 y figura 4 se muestra el análisis vertical que se realizó de los estados de resultados para poder determinar la variación de porcentaje de los Gastos de venta, como podemos observar para el año 2018 tiene 4% esto quiere decir que la empresa no tiene muchos gastos de venta. En cambio, para los años 2019 se han incrementado a 61% y para el año 2020 con un 50% lo cual no es favorable la empresa tiene excesos de gastos administrativos estos gastos. Por lo tanto, la empresa no tendrá utilidad no favorable.

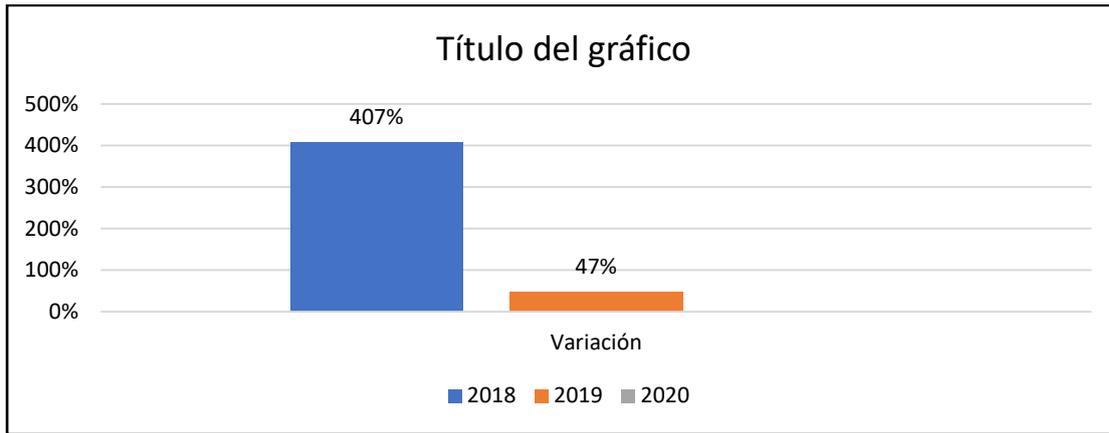
Tabla 9

Análisis Horizontal de los gastos Administrativos

Análisis	Fórmula	Variación %	Variación A
Análisis horizontal	$\frac{G. Adm\ 2020 - G. Adm\ 2019}{Adm.2019} = \frac{-33,439.00 - 62,947}{62,947.00}$	-50,530.00	-407%
	$\frac{G. Adm\ 2019 - G. Adm\ 2018}{G. Adm.2019} = \frac{-62,947.00 - 124,187 - 26,287.00}{124,187.00} = \frac{-29,508.00}{124,187.00} = -23.8\%$	-26,287.00	-47%
		-15,100	-57%

Figura 5

Variación Horizontal porcentual de los gastos administrativos 2018-2020

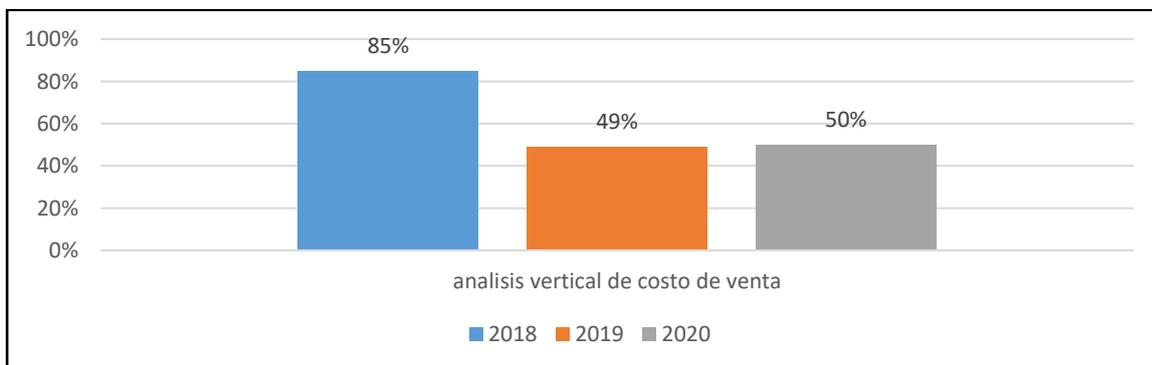


En la tabla 9 y figura 5 La variación porcentual de los gastos administrativos entre los años 2018 al 2019 variaron en un 407% de un año a otro, debido a que no existe un manejo adecuado en el área administrativa, mientras en los años 2019 al 2020 la variación disminuyó a -47%.

Tabla 10
Análisis vertical -costo de ventas de los años 2018-2020

Análisis	Fórmula	2018	2019	2020
Análisis vertical de costo de ventas	Resultados estadísticos	= 85%	49%	50%

Figura 6
Análisis vertical del costo de venta del 2018- 2019 y 2020



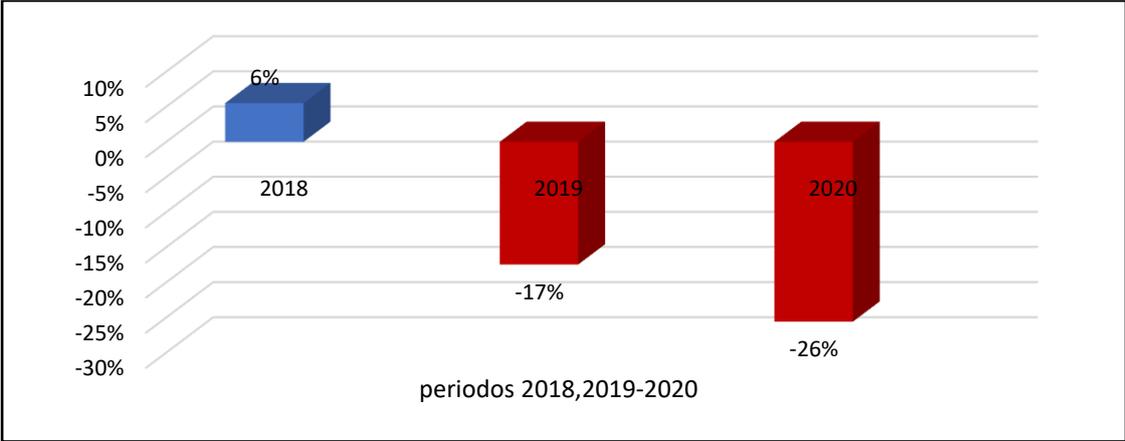
En la tabla 10 y figura 6 indica que en este ratio se aprecia en el análisis vertical muestra del 100% de las ventas para el año 2018 representan un 85% esto quiere que su costo está bien elevado y según las ventas que se analizado para el año 2019 tiene 49% según

en total las ventas generadas y para el año 2020 un 50% en los dos últimos año sus costos han ido mejorando.

Tabla 11
Análisis de ratios de rentabilidad-rentabilidad del patrimonio- ROE 2018- 2019

Análisis	Fórmula	2018	2019	2020
KPI: Rentabilidad patrimonial (ROE)	<u>Resultado neto</u>	= 13,605.00	-36,197.00	-38,479.00
	Patrimonio	221,879.00	181,982.00	141,502.00
	Resultados estadísticos	= 6%	-20%	-27%

Figura 7
Rentabilidad de patrimonio del 2018 al 2020

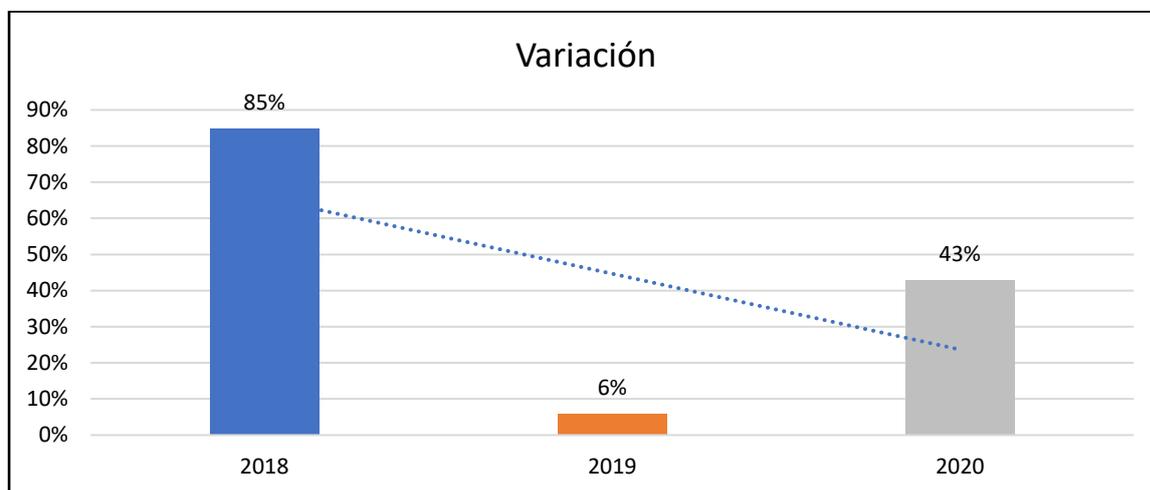


En la tabla 11 y figura 7 indica que la empresa para el año 2018 generó una rentabilidad de 6.04% con relación a la utilidad generada en el año 2018 en cambio en el año 2019 disminuyó a -19.46% de su patrimonio, esto indica que el 2018 fue más eficiente que en el año 2019. generando una pérdida en el estado de resultados y para el 2020 se incrementó a -26% esto quiere decir que en la empresa no tiene ganancia en los dos últimos años.

Tabla 12
Análisis de ratios costo de servicio del 2018-2020

Análisis	Fórmula	2018	2019	2020
Costos de ventas	$\frac{\text{Costos de venta}}{\text{ventas}}$	$\frac{255,438.00}{301,601.00} = 85\%$	$\frac{5,942.00}{103,023.00} = 6\%$	$\frac{5,169.00}{11,926.00} = 43\%$
	Resultados estadísticos	= 85%	= 6%	= 43%

Figura 8
costo de servicio del 2018-201-2020.



En la tabla 12 y figura 8 el análisis de costo de servicio para el año 2018 fue 85% se incrementó por innecesarias compras sin control que los costos de los materiales que se utilizan en la empresa, para año 2019 bajo debido a que sus ventas disminuyeron a un 6% y para el año 2020 obtuvo 43% de las ventas, se observó que sus ingresos han disminuido de un año para el otro.

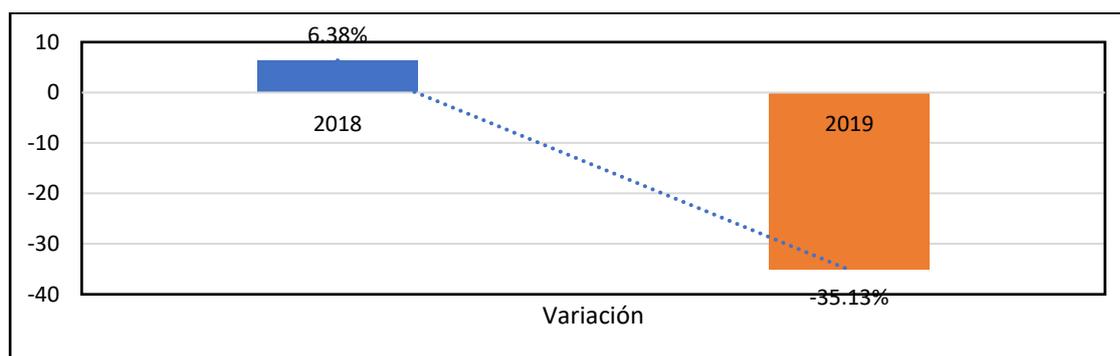
Tabla 13

Análisis de ratios de rentabilidad- Margen sobre ventas

Registro documental	Fórmula	porcentaje (%)	
<u>Margen Operativo Sobre las ventas 2018</u>			
Ratios de Rentabilidad	$\frac{\text{Utilidad Operativa} \times 100}{\text{Ventas}}$	= $\frac{19,234.00}{301,601.00}$	= 6.38 %
<u>Margen Operativo Sobre las ventas 2019</u>			
	$\frac{\text{Utilidad Operativa} \times 100}{\text{Venta}}$	= $\frac{-36,195.00}{103,023.00}$	= -35.13 %

Figura 9

Margen Operativo sobre las ventas del 2018 al 2019



En la tabla 13 y figura 9 Indica el margen Operativo o utilidad se puede apreciar que en el año 2018 fue 6.38% y en el año 2019 es de -35.13 lo que demuestra que se incrementaron los gastos operativos durante el año 2019.

Interpretación

En el presente trabajo de investigación se realizó un análisis documental de la situación financiera de la empresa prestadora de servicios odontológicos para que nos permita conocer la situación de lo que sucede en la actividad de la empresa durante los periodos determinados. Para obtener la información se realizó un análisis cuantitativo del estado de resultado y estado de situación financiera lo cual muestra las ventas que se realiza,

el costo de servicio que se generó, los gastos administrativos, gastos de venta y gastos financieros entre otros, para saber la situación de la empresa.

Lo que se observó en el análisis es que el costo de servicio en el año 2018 es de 85% y en el año 2019 representa un 49% lo que se observó es que la empresa ha ido mejorando en el costo de servicio.

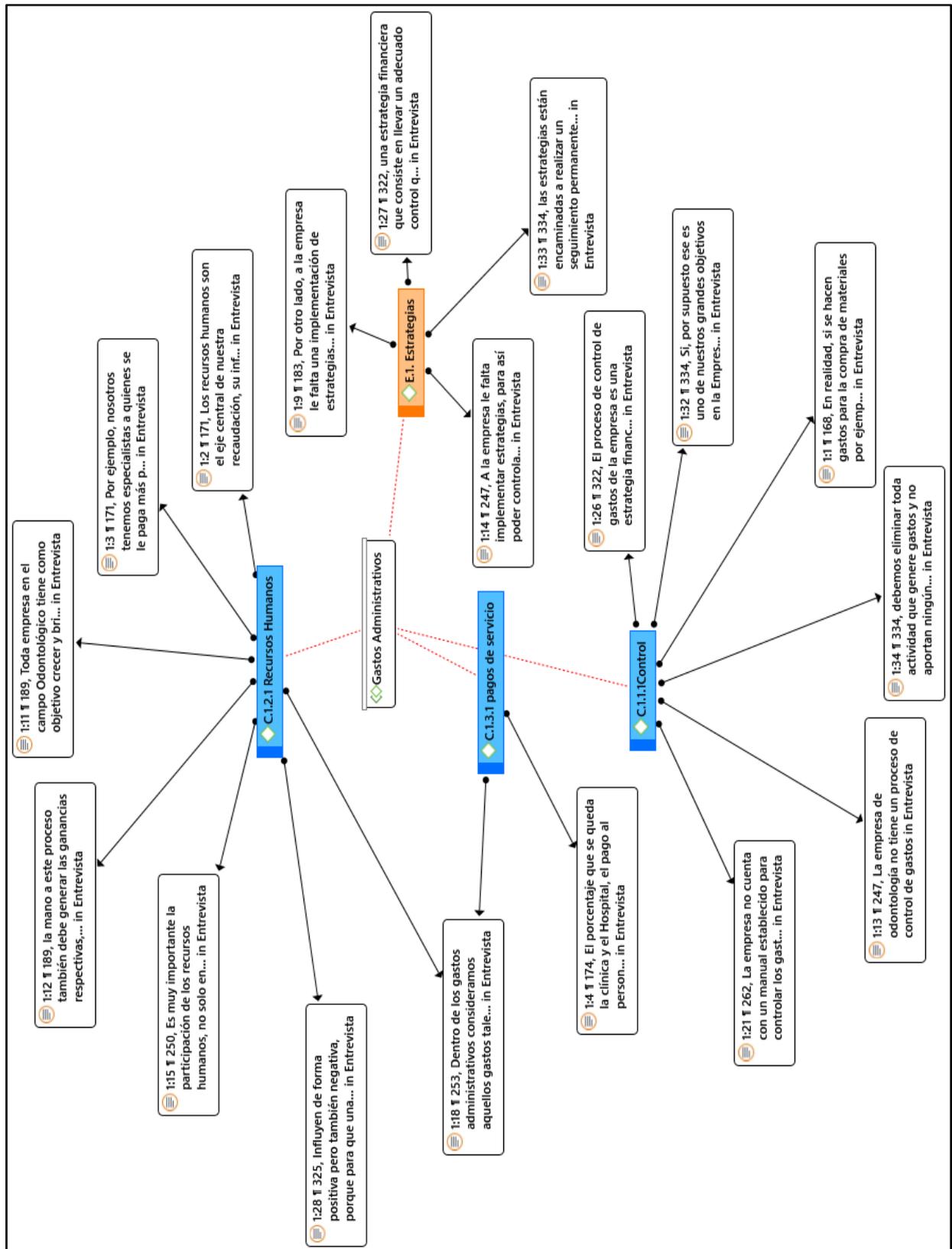
En cuanto a los Utilidad operativos para los periodos en el año 2018 obtuvo 6.38% y para el año 2019 -35.13% y en el 2020 hubo en exceso gastos .324% esto quiere decir que en la empresa ha incrementado sus gastos de ventas y gastos administrativos a diferencia en el 2018.obteniendo como resultados desfavorables en cuanto a rentabilidad económica de la organización

4.2 Descripción de resultados cualitativos

Para realizar el proceso de triangulación se realizó entrevistas a los trabajadores de la empresa, se entrevistó al gerente general, asistente administrativa y contador, son las personas adecuadas para brindar la información. Se obtuvieron las respuestas, y se aplicó el análisis de triangulación de datos, se ejecutó un cruce de información de las categorías y subcategorías. Los entrevistados en las preguntas realizadas que existe muchos gastos operativos y no hay un control adecuado que le permita controlar los gastos que inciden en ello.

Figura 10

Análisis de la subcategoría gastos administrativos

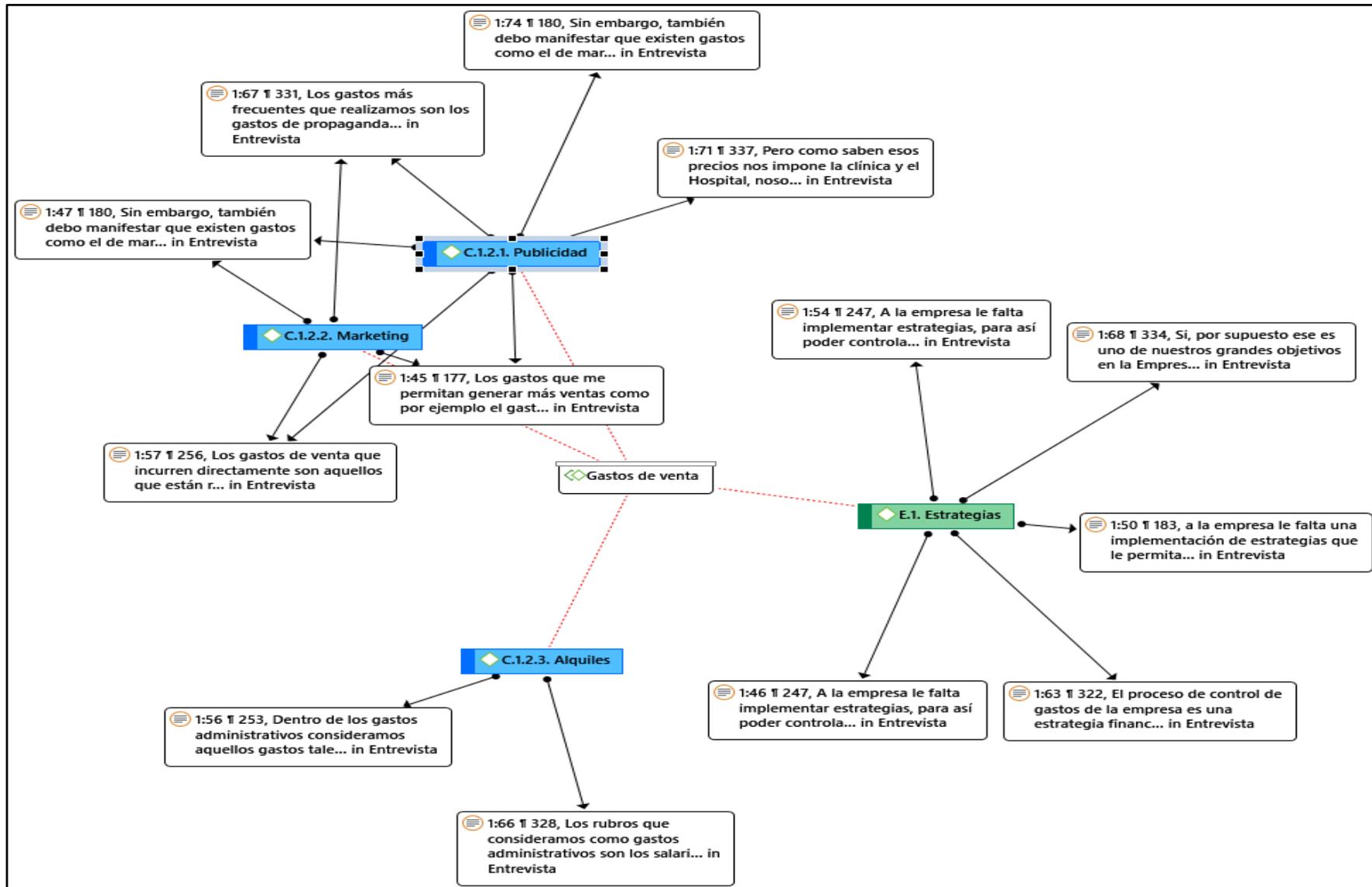


En la figura 10 se muestra Análisis obtenido en el programa atlas.ti.9, de la subcategoría gastos de administración se obtuvo que en los dos últimos años había exceso de gastos administrativos, obtenido una pérdida en estado de resultado lo cual se hizo un análisis Estado de resultado. la subcategoría gastos administrativos están respaldados en sus indicadores como control, recursos humanos, gastos de servicios entre otros. Los entrevistados mencionaron que en la empresa no hay un proceso de control, tampoco un manual de políticas de gastos que le permitan llevar adecuadamente. Por otro lado, cada entrevistado coincidió que los recursos humanos influyen mucho en los ingresos percibiendo que al mismo tiempo un gasto. Para esto es necesario tener un personal capacitado y especializado para el desarrollo de la empresa.

Por otro lado, con respecto a los gastos Administrativos, se debieron reducir al margen de las ventas que disminuyeron en los dos últimos años para que la empresa no afecte a la utilidad, sin embargo, no hubo un control adecuado en relación con los gastos administrativos que le permitan tener un resultado positivo y beneficie a la empresa.

Figura 11

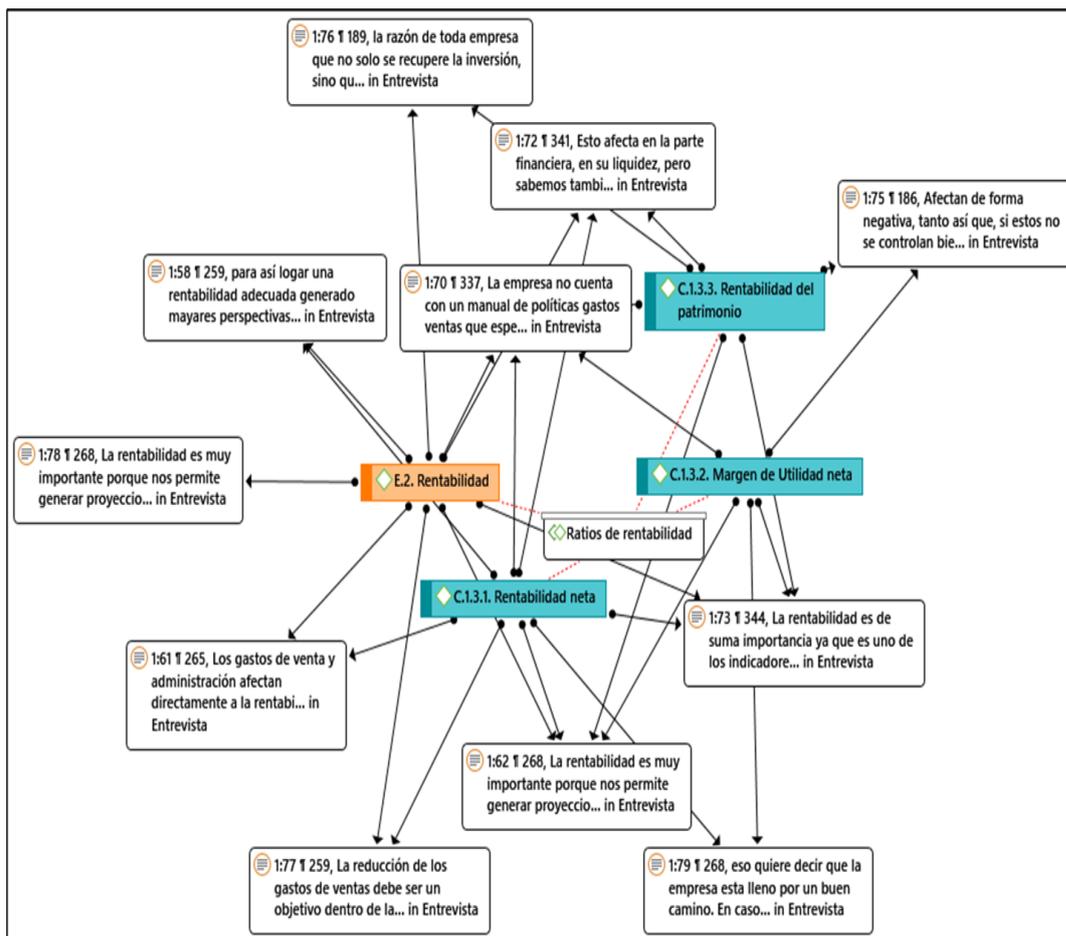
Análisis cualitativo de gastos de ventas



El análisis de los gastos de venta los que realiza la empresa especialmente publicidad, Marketing estos gastos que se realizan para captar clientes, los entrevistados manifestaron que los gastos más frecuentes que realizamos son los gastos de propaganda y publicidad, así como los desembolsos que realizamos al área comercial, el gerente de la empresa comentó que la empresa no existe un manual de gastos de venta que se pueda distribuir adecuadamente, los gastos de venta se debe reducirse al margen de los ingresos disminuyeron en el los últimos años para así no afecte a la utilidad de la empresa, sin embargo lo hay un control adecuado en relación a los gastos de venta , que conlleve a tener mejores resultados y así beneficie a la empresa.

Figura 12

Análisis cualitativo de Ratios de Rentabilidad



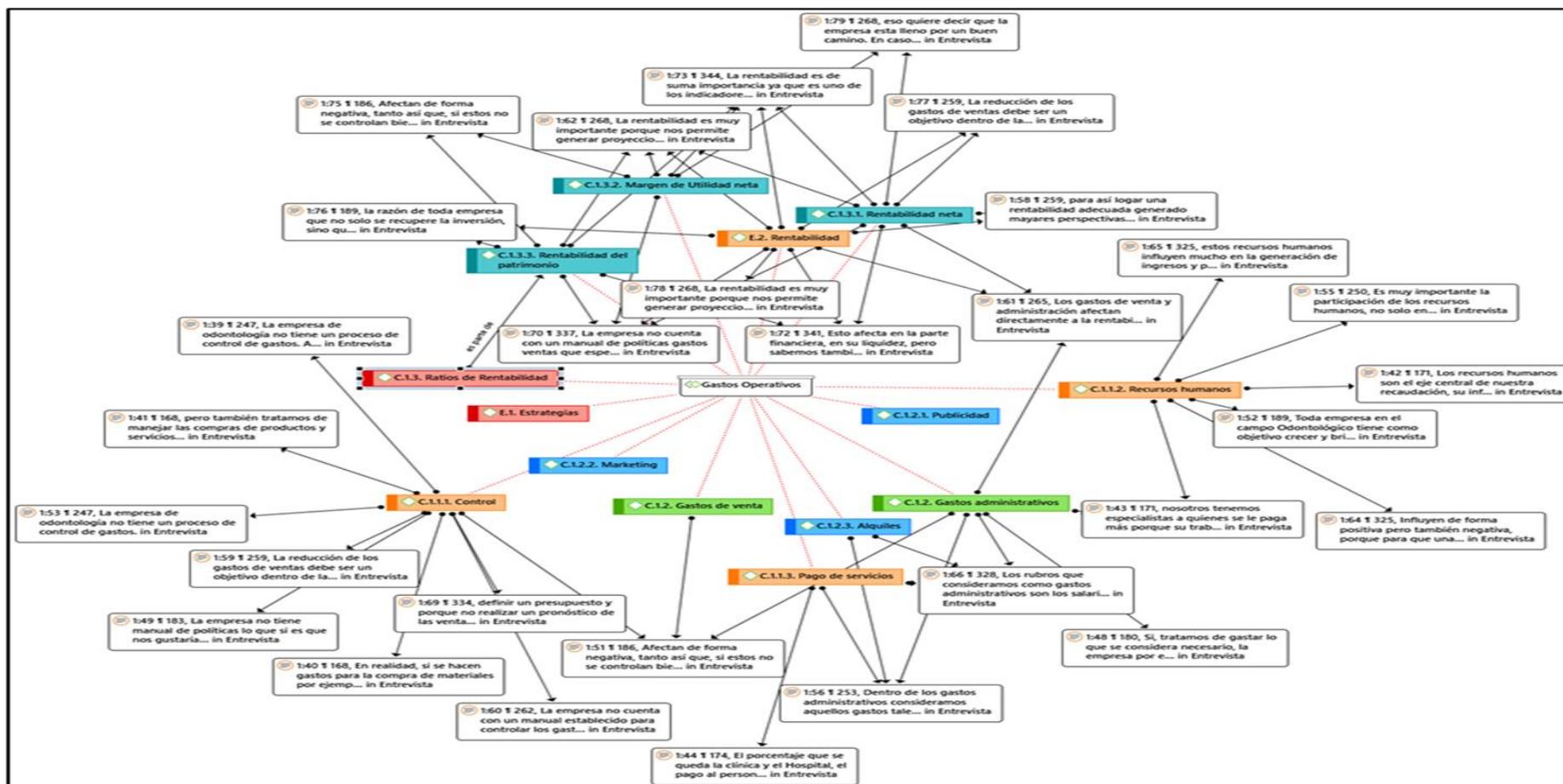
En la subcategoría en los En ene análisis cualitativo de los ratios de rentabilidad se realizó en el programa del Atlas ti versión 9, lo cual permite determinar subcategoría de la investigación en la que se determinó como indicadores la rentabilidad de las ventas, Margen de la utilidad neta, rentabilidad sobre el patrimonio, los entrevistaron manifestaron que la rentabilidades es de suma importante para que la empresa pueda seguir en marcha. Los gastos administrativos han afectado a la rentabilidad porque no existe un control adecuado, la empresa tiene como objetivo de crecer y brindar un servicio de calidad y al mismo tiempo de generar ganancias respectivas, lo cual le permita reinvertir y mejorar su servicio.

Asimismo, la rentabilidad de suma importancia en la empresa, los principales factores para la captación de los ingresos dependen de los recursos humanos son el eje central de la recaudación de los ingresos percibidos, no obstante, en la empresa debe haber un control de los gastos que se realiza en la empresa para tener, porque en los dos último años la empresa se incrementó los gastos, generando como resultado de cifras negativas, los entrevistados difiere que la empresa debe contar con implementación de estrategias y llevar un seguimiento para así poder reducir los gastos innecesarios que no aportan de manera positiva a la organización.

La rentabilidad Bruta se vio afectada en los dos últimos años por la excesivos gastos administrativo incurridos tal como se visualizan en los estados financieros de los años 2018, 2019 y 2020, los entrevistados mencionaron que en la empresa no cuenta con una adecuada planeación de los gastos operativos los cual afecta a la utilidad a fin de ejercicio, dichos entrevistados comentaron que la empresa debe implementar estrategias para prever las consecuencias negativas que existen como se muestra en año 2019. Asimismo, en el año 2020 la rentabilidad fue de -324% lo cual la empresa no ha tenido una rentabilidad favorable, porque no hay un control de gastos operativos.

La rentabilidad neta de la empresa es aquella que se obtiene de las ventas obtenidas descontando los gastos necesarios para llevar a cabo los servicios; los gastos administrativos y gastos de venta fueron la razón para la disminución de la utilidad. Por la falta de control de gastos operativos afectó directamente a las ganancias netas de la empresa lo cual en los dos últimos periodos la empresa tuvo perdida.

Figura 13. Diagnóstico final (mixto)



En la figura 13 se muestra los gastos operativos se encuentran interconectado con el análisis vertical y horizontal en el cual se realizaron variaciones de porcentaje como las variaciones de aumentos y disminuciones por las cuentas dentro del estado de resultado como el propósito que se realice un mejoramiento en la empresa para la toma de decisiones. En el análisis Vertical de los gastos administrativos de determinar en la empresa ha ido incrementado del año 2018 se obtuvo un 4% y para los años 2019 y 2020 a un 61% y 280% que fueron cifras preocupantes obteniendo los dos años consecutivos una rentabilidad negativa, la empresa debe aplicar políticas de gastos y un manual de control que le permita controlar los excesivos gastos que hay en la empresa.

De acuerdo al análisis realizado sobre los ratios de la rentabilidad de los periodos 2018, 2019 y 2020 las ventas han ido disminuyendo se realizó un análisis donde se pudo observar que para el año 2018 el costo de venta representa 85% para el 2019 y 49% para el año 2020. Del mismo modo se observa que la utilidad neta para el año 2018 un 5% y para el año 2019 con signo negativo de -35% y para el año 2020 se incrementó a -323% lo cual la empresa obtuvo una pérdida en los periodos mencionado. Los gastos operativos son aquellos que permiten sostener a diario la actividad empresarial, que están directamente vinculadas de manera directa con la elaboración, los que permiten garantizar un correcto manejo de una organización. Las empresas que realizan sus propias actividades comerciales cubren los gastos para llevar a cabo lo anterior (Horngren, et al., 2003).

La rentabilidad de la empresa es aquella que se obtienen de las ventas obtenidas descontando de los gastos que se realiza en la empresa para llevar a cabo cada servicio, respecto al gasto y los ingresos uno de los entrevistados mencionó que mayores gastos que se realiza es el pago al personal como especialistas, los cual genera un aumento de los gastos administrativos y que tampoco hay un control adecuado. lo cual afecta directamente a las

ganancias netas de la empresa tal como se observa en el año 2019 el margen de utilidad fue de .35.13% y para el año 2020 incrementó a -323% lo cual en ese año no existe ninguna a utilidad, la cual la empresa obtuvo pérdida concluyendo que sus ventas fueron menos que los costos y gastos.

4.3 Identificación de los factores de mayor relevancia

Luego de haber realizado el análisis vertical cuantitativo de los estados financieros y un análisis vertical, se identificaron los factores de mayor relevancia referente a los gastos operativos de la empresa prestadora de servicios odontológicos. Se evidencio que los gastos operativos se incrementaron.

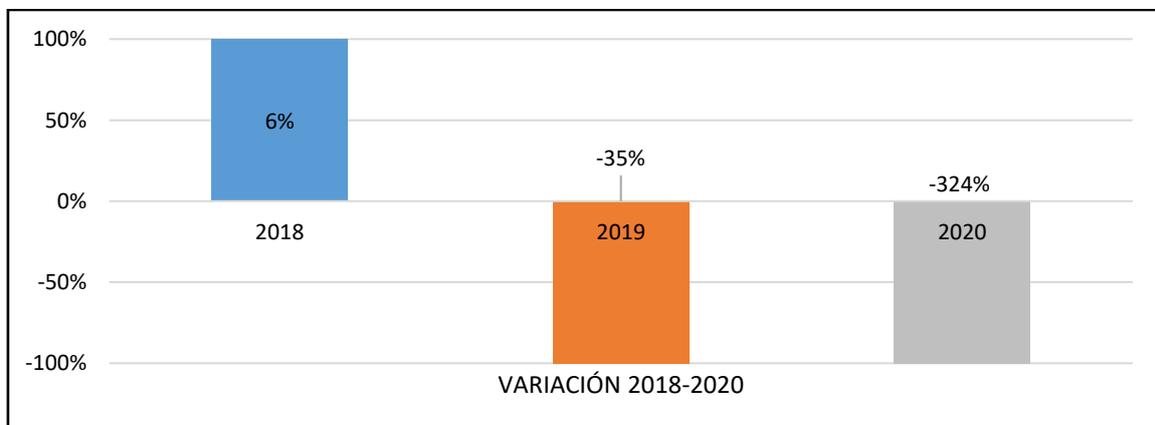
Tabla 14

Gastos operativos

Análisis	Fórmula	2018	2019	2020
Gastos operativos	$\frac{\text{Gastos operativos}}{\text{ventas}}$	<u>19,234.00</u>	<u>-36,195.00</u>	<u>-38,642.00</u>
		301,601.00	103,023.00	11,926.00
Resultados estadísticos		6%	-35%	-324%

Figura 14

Análisis de los gastos operativos



4.4 Propuesta

4.4.1 Priorización de los problemas

Esta propuesta está elaborada mediante implementación de estrategias

Para identificar la problemática de la empresa prestadora de servicio Odontológicos, se identificó los problemas más relevantes, los cuales fueron hallados en el análisis cuantitativo y cualitativo, que son los siguientes:

Problema 1. Exceso de gastos administrativo

problema 2. Exceso de gastos de venta

problema 3. Disminución de ventas

4.4.2 Consolidación del problema

La empresa prestadora de servicios odontológicos se vio afectada por tres problemas de gran importancia que afecta a la rentabilidad económica, exceso de gastos administrativos, exceso de gastos de ventas y disminución de las ventas. Asimismo, según se pudo verificar en los estados financieros de los años 2018, 2019 y 2020 la empresa tuvo perdida.

4.4.3 Categoría solución (conceptualización)

Después de encontrar los problemas y se llegó a consolidar la información de la empresa mediante un diagnóstico, se determinó posibles soluciones a los problemas encontrados en el análisis cuantitativo y análisis cualitativo, para el desarrollo de la propuesta se planteó implementación de estrategias.

La implementación de estrategias permitió en las diferentes actividades con el objetivo de cumplir con los manuales y políticas para determinar las posibles soluciones a los problemas encontrados en la empresa prestadora de servicios odontológicos. Se recomienda implementar un manual de políticas de gastos administrativos, para controlar los

gastos de la empresa, lo cual le permitirán tener mejores resultados dentro de la organización. También, la empresa debe realizar un diagrama de flujo de planificación y un control de gastos administrativos como también de gasto de ventas. La empresa para incrementar sus ventas y obtener una rentabilidad favorable debe implantar el marketing y publicidad.

4.4.4 Objetivo general de la propuesta

De acuerdo el problema el objetivo de solución: Reducir los gastos administrativos, reducir los gastos de venta e incrementar las ventas

4.4.5 Impacto de la propuesta

El presente trabajo se sustenta mediante la investigación de la propuesta mediante la teoría de la Administración, mediante esta teoría permite estudiar a la empresa sobre los gastos administrativos, así poder llevar un mejor control de la organización que ayuda a tomar una correcta toma de decisiones en la empresa con el fin de tener resultados positivos.

Por otro lado, la teoría de la contabilidad se relaciona con la investigación debido a que es importante en la empresa porque analiza los resultados en cuanto a los gastos que se realizan en la empresa. Finalmente, la teoría de control ayuda en la propuesta a tener un mejor control de la empresa, toda organización debe implementar estrategias y evaluar los gastos que se realiza para así poder controlar los gastos en exceso.

4.4.6 Direccionalidad de la propuesta

Tabla 15

Matriz de direccionalidad de la propuesta

Objetivo	Actividades	Cronograma	Presupuesto	KPI	Entregable
Objetivo 1. Reducir los gastos administrativos	Actividades 1	Inicio: 05/06/2021 Fin: 30/06/2021	Ingreso S/. Egresos S/200	KPI 1. Gastos administrativos (gastos administrativos /ventas)	Manual de políticas de gastos Administrativos Flujograma de gastos administrativos
	Elaboración de los procesos de gastos administrativos				
	Preparar un plan de eficiencia en los gastos				
	Elaboración de un informe de estado de gastos		Ingreso S/. Egresos S/.		
	Ejecución de plan de gastos Administrativos				
Objetivo 2. Reducir los gastos de venta	Actividades 2	Inicio: 05/06/2021 Fin: 30/06/2021	Ingreso S/.100 Egresos S/.	KPI.2Gastos de venta (gastos de venta / ventas)	Manual de políticas de gastos venta Flujograma de gastos venta
	Establecer las políticas de gastos de ventas				
	Realizar informe sobre los gastos de ventas		Ingreso S/. Egresos S/.		
	Ejecución de plan de gastos de venta				
Objetivo 3. Incrementar las ventas	Actividades 3	Inicio: 05/06/2021 Fin: 30/06/2021	Ingreso S/.200 Egresos S/.	KPI 3. Margen de utilidad neta (Utilidad Neta / Ventas Netas) KPI.4 ROE (Resultado Neto/ Patrimonio total) KPI.5 ROA (Resultados Neto/ Activo total) KPI. 6 Costo de ventas (Venta anual- ventas anteriores/ venta *100)	Estrategias de Marketing (4P) Cartera de clientes
	Reunión de la gerencia con el área de ventas				
	Diagnosticar y analizar las diferencias en la gestión de ventas				
	Elaboración de estrategias de ventas				
	Ejecución de estrategias de Marketing				

Tabla 16

Plan de actividades para reducir los gastos administrativos.

Objetivo	Actividades	Cronograma	Presupuesto	KPI	Entregable
Objetivo 1. Reducir los gastos administrativos	Elaboración de los procesos de gastos administrativos	Inicio:05/01/2021 Fin:16/01/2021	Ingreso S/. Egreso S/.100	KPI 1. Gastos Administrativos (gastos administrativos/ ventas) Análisis vertical y Horizontal de los gastos administrativos	Manual de políticas de gastos Administrativos Flujograma de gastos administrativos
	Preparar un plan de eficiencia en los gastos	Inicio: 16/01/2021 Fin:20/01/2021	Ingreso S/. Egreso S/.80		
	Elaboración de un informe de estado de gastos	Inicio:20/01/2021 Fin:25/01/2021	Ingreso S/. Egreso S/.100		
	Ejecución de plan de gastos	Inicio:25/01/2021 Fin:27/01/2021	Ingreso S/. Egreso S/.200		

4.4.1 Entregable

Objetivo:1

Figura 15

Diagrama de Gantt



En la figura 15 se muestra el detalle de las actividades que permiten alcanzar con el objetivo

Nº 1, Disminuir los gastos de Administrativos

Figura 16

Manual de políticas de gastos Administrativos.



Introducción

En el presente manual Se procederá a poner los lineamientos para poder tener un control adecuado de los gastos administrativos que realiza la empresa, este manual de políticas ayudarán a disminuir los gastos excesivos que hay en la empresa. Que permitirán lograr con el objetivo N°1. Se procederá a poner los lineamientos para poder tener un control adecuado de los gastos administrativos que realiza la empresa, este manual de políticas ayudarán a disminuir los gastos excesivos que hay en la empresa.

Objetivo. Establecer políticas de gastos administrativos que permitan a la empresa tener un control adecuado de los gastos que inciden en la empresa.

- ❖ Se ejecutará el Manual de políticas de gastos administrativos en la empresa prestadora de servicios Odontológicos, con el fin de poder cumplir cada proceso establecido sobre el control de gastos.
- ❖ se aplicará todos los lineamientos establecidos del área, con el fin de reducir los gastos excesivos gastos administrativos.

Alcance. Aplicar las políticas de gastos administrativos para la reducir los excesos gastos que se realiza en la empresa prestadora de servicios Odontológicos, Lima. Este manual de procesos de políticas de gastos Administrativos esta básicamente diseñado para seguir todos los procedimientos desde el inicio hasta final, siendo los encargados en el área administrativa que aplicarán.

Políticas y disposiciones

Las políticas de gastos permiten a la organización controlar de manera eficiente, reduciendo los gastos innecesarios que se realizan y así poder optimizar los recursos de la empresa. El gerente solo ejecutará los gastos aprobados por el gerente general el cual se ha establecido el presupuesto anual en la empresa, de no ser así la gerencia determinará si se reduce el presupuesto al siguiente mes o de lo contrario se le descontará al responsable si se gastaron en exceso.

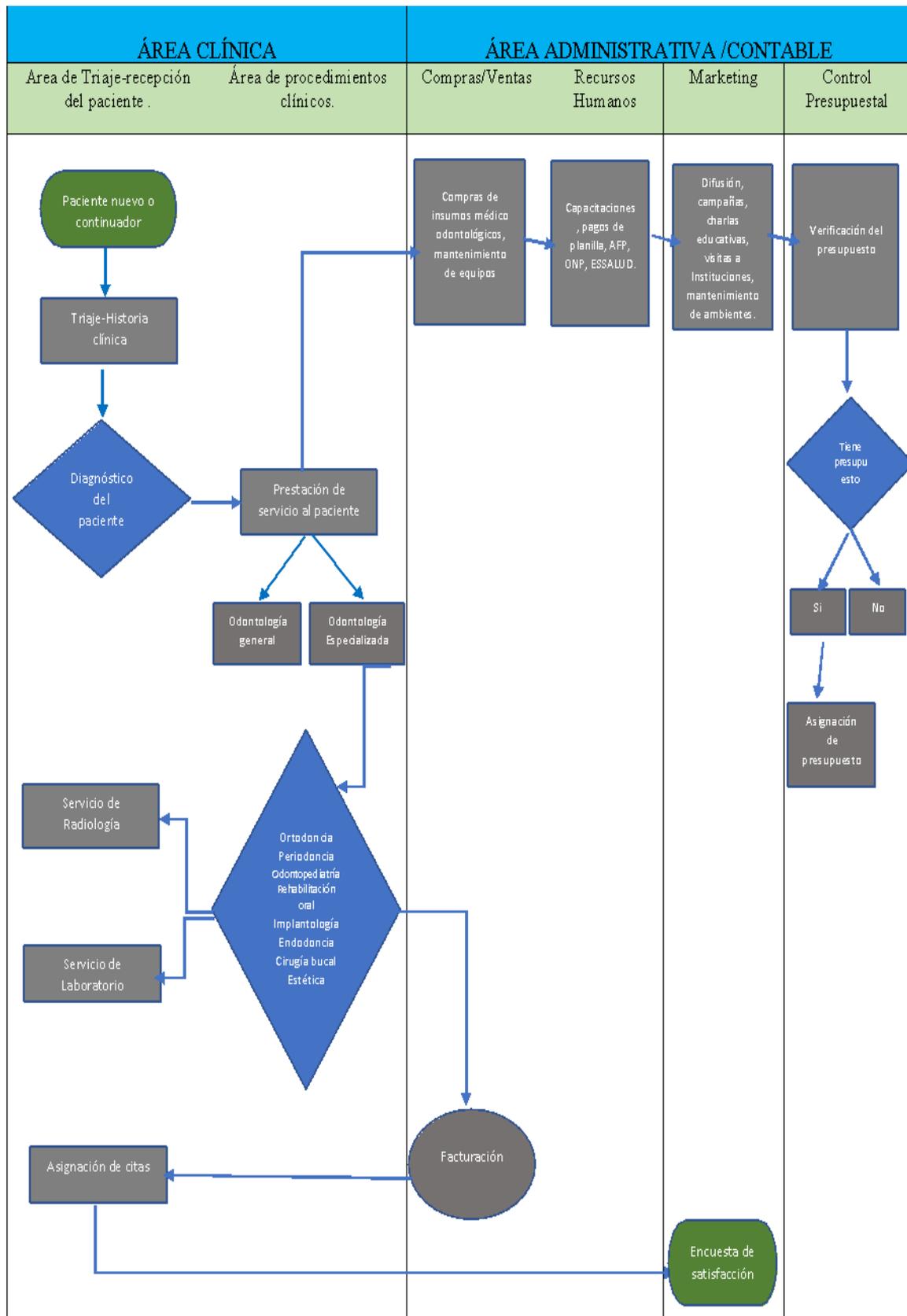
La implementación de gastos es importante porque permite a la empresa tener un adecuado control, para así poder disminuir los gastos en exceso, donde se solicitará al área administrativa que realice cotizaciones con los proveedores de los productos que se va a comprar y realizar un comparativo para así poder elegir de qué proveedor se va compra, lo cual beneficiará a la empresa con un producto que cueste menos.

Sanciones

Teniendo en cuenta las políticas del manual de gastos administrativos, la empresa deberá sancionar al responsable del área si en caso no cumpla con los lineamientos establecidos sobre los gastos administrativos.

Figura 17

Organigrama de procesos de gastos administrativos



Cuadro 1

Presupuesto de gastos administrativos

Presupuesto				
Código	Descripción	Unidad	Cantida d	Total
1		10	30	300
2	Impresiones	10	20	200
3	útiles de oficina	1	50	50
4	Pasaje	1	20	20
5	Copias	0.1	100	10
			Total	S/580.00

Objetivo 1: Reducir los gastos administrativos de los años 2021-2025

01 indicador: Gastos administrativos

Fórmula:

$$\text{Gastos administrativos} = \frac{\text{Gastos Administrativos}}{\text{Ventas}}$$

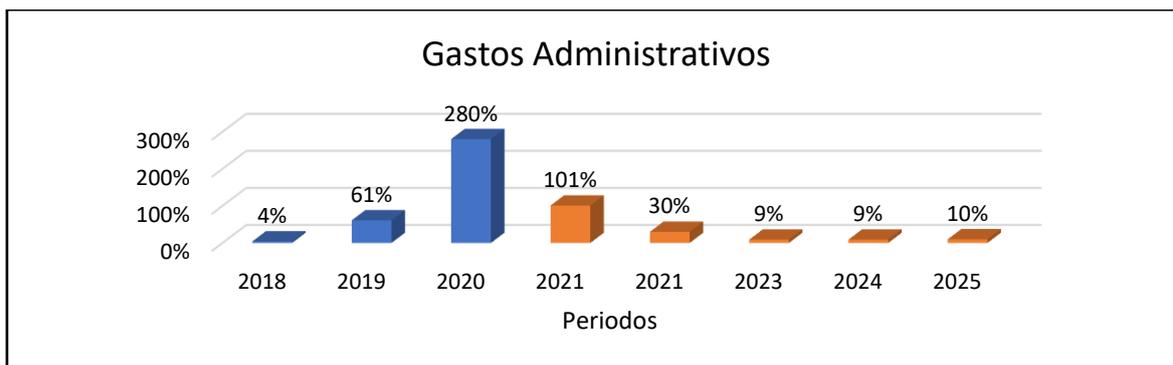
Tabla 17

KPI: gastos Administrativos

Análisis	Fórmula	2018	2019	2020	2021	2021	2023	2024	2025
KPI:	<u>Gastos Administrativos</u>	= <u>12,417.0</u>	<u>62,947.0</u>	<u>33,439.</u>	<u>15,047.</u>	<u>6,771.4</u>	<u>3,047.8</u>	<u>4,723.</u>	<u>7,320.</u>
Gastos administrativo	ventas	301,601.00	103,023.00	11,926.00	14,907.50	22,361.25	33,541.88	50312.81	75469.21
s	Resultados estadísticos	= 4%	61%	280%	101%	30%	9%	9%	10%

Figura 18

KPI gastos administrativos 2018-2025.



En KPI de los gastos administrativos en el periodo 2018 representa un 4% para los años 2019 y 2020 los gastos se incrementaron a 61% y 280%, lo cual no es favorable para la empresa por los excesivos gastos que hubo la empresa tuvo perdida en esos años.

Asimismo, se aplicó la propuesta en el trabajo de investigación, para los gastos Administrativos en los años 2021 al 2025, se puede observar que los gastos administrativos han ido reduciendo, los cuales tenemos como resultados 101%, 30%, 9%, 9% para últimos se ha incremento por que la empresa está contratado un personal, estos porcentajes son favorables para la empresa. Asimismo, para lograr reducir los gastos de venta la empresa deberá aplicar todos los procesos y políticas que se está implementando así poder reducir los excesos de gastos para poder tener una rentabilidad favorable.

02 Indicador: Análisis Horizontal y vertical

4.4.2 Entregable 2

Objetivo N°2 Reducir los gastos de ventas

Tabla 18
Actividades para reducir los gastos de ventas

Objetivo	Actividades	Cronograma	Presupuesto	KPI	Entregable
Objetivo 2 Reducir los gastos de venta	Establecer las políticas de gasto de ventas	Inicio:04/01/2021 Fin:07/02/2021	Ingresos S/. Egresos S/.100	Gastos ventas (gastos de venta/ventas Análisis vertical y horizontal de gastos de venta	Manual de políticas de gastos de venta, Estado de resultado
	Realizar un informe sobre los gastos de venta	Inicio:07/02/2021 Fin:15/02/2021	Ingresos Egresos S/150		
	Ejecución de plan de gastos de venta	Inicio:15/02/2021 Fin:20/02/2021	Ingresos Egresos S/200		

Figura 19
Diagrama de Gantt



En la figura 19 el diagrama de Gantt para la propuesta del objetivo 2.

Figura 20.

Manual de políticas de gastos de venta.

Empresa prestadora de
servicios odontológicos



Manual de políticas de gastos de venta

En la figura 20 en la portada se muestra un manual de políticas de gastos de venta, que permitirán lograr con el objetivo N°2. Se procederá a poner los lineamientos para poder tener un control adecuado de los gastos venta que realiza la empresa, este manual de políticas ayudará a disminuir de manera adecuada los gastos excesivos que hay en la empresa.

Manual de políticas de control de gastos de ventas

Para un adecuado control de gastos de ventas se plantea el siguiente manual, donde describen los lineamientos para un correcto uso de los recursos que se realizan en la empresa.

Políticas de control de gastos

Las acciones que se implementarán en este manual para su ejecución y así optimizar los recursos son:

- ✓ Organizar el área de ventas para el control de gastos.
- ✓ Planificar ordenadamente los gastos a realizar
- ✓ Estabilizar los gastos que se realizan en la empresa.
- ✓ Presentar documentos de los gastos a realizar
- ✓ Controlar el uso adecuado de los gastos durante la gestión
- ✓ Seguimiento y registro de los gastos realizados.

Lo que se espera llegar.

- ✓ Reducir los gastos que no son necesarios en la Empresa
- ✓ Controlar y vigilar los documentos deducibles de impuestos.
- ✓ Controlar los gastos y generar una gestión financiera adecuada y exitosa.

Políticas y disposiciones

Las políticas de gastos de venta permiten a la organización controlar de manera eficiente, reduciendo los gastos innecesarios que se realizan y así poder optimizar los recursos de la empresa.

El gerente solo ejecutará los gastos aprobados por el gerente general el cual se ha establecido el presupuesto anual en la empresa, de no ser así la gerencia determinará si se reduce el presupuesto al siguiente mes o de lo contrario se le descontará al responsable si se gastaron en exceso.

La implementación de gastos es importante porque permite a la empresa tener un adecuado control, para así poder disminuir los gastos en exceso, donde se solicitará al área administrativa que realice cotizaciones con los proveedores de los productos que se va a comprar y realizar un comparativo para así poder elegir de qué proveedor se va compra, lo cual beneficiará a la empresa con un producto que cueste menos.

Sanciones

Teniendo en cuenta las políticas del manual de gastos administrativos, la empresa deberá sancionar al responsable del área si en caso no cumpla con los lineamientos establecidos sobre los gastos administrativos.

Cuadro 2

Presupuesto de gastos de ventas

Presupuesto				
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Total
1	Impresiones	5	20	100
2	copias	10	20	200
3	volantes	10	20	100
3	pasaje	1	50	50
			Total	S/450.00

Figura 21 *Estado de resultado Históricos y proyectados*

ACTIVOS	HISTORICO				PROYECTADO			
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
ACTIVOS CORRIENTES								
Efectivo y equivalentes de efectivo	104,094.00	92,084.00	36,815.00	53,703.16	81,392.66	91,111.88	100,630.50	112,813.0
Cuentas por cobrar comerciales terceros	34,864.00							
Otras cuentas por cobrar								
materiales auxiliares., sumin. Y respuestos	14,261.00	11,761.00	9,161.00	9,527.44	9,908.54	10,304.88	10,717.07	11,145.76
otros activos corrientes	4,719.00	13,394.00	12,629.00	12,629.00	12,629.00	12,629.00	12,629.00	12,629.00
Total activos corrientes	157,938.00	117,239.00	58,605.00	75,859.60	103,930.19	114,045.76	123,976.58	136,587.77
Activos no corrientes								
Inmuebles, Maquinaria y Equipo (Neto)	186,536.00	206,153.00	207,753.00	207,753.00	207,753.00	207,753.00	207,753.00	207,753.00
Propiedades, planta y equipo (neto)	-107,301.00	-125,873.00	-125,873.00	-125,873.00	-125,873.00	-125,873.00	-125,873.00	-125,873.00
Activos Intangibles (neto)								
Activo diferido	9,815.00	9,815.00	9,815.00	9,815.00	9,815.00	9,815.00	9,815.00	9,815.00
Total activos no corrientes	89,050.00	90,095.00	91,695.00	91,695.00	91,695.00	91,695.00	91,695.00	91,695.00
TOTAL ACTIVO	246,988.00	207,334.00	150,300.00	167,554.60	195,625.19	205,740.76	215,671.58	228,282.77
PASIVO								
Trib y apor sis pen y salud p pagar	4,716.00	1,253.00	1,298	1,493	1,717	1,974	2,270	2,611
remuneraciones y participaciones por pagar		19,775.00	7,500.00	8,400	9,408	10,537	11,801	13,218
Total de pasivo corriente	4,716.00	21,028.00	8,798.00	9,892.70	11,124.61	12,511.06	14,071.61	15,828.30
Pasivo no corriente								
provisiones	19,775.00							
pasivo diferido	618.00	4,324.00						
TOTAL DE PASIVO	25,109.00	25,352.00	8,798.00	9,892.70	11,124.61	12,511.06	14,071.61	15,828.30
PATRIMONIO								
Capital	48,233.00	48,233.00	48,233.00	48,233.00	48,233.00	48,233.00	48,233.00	48,233.00
Resultados acumulados	159,849.00	169,946.00	131,748.00	131,748.00	131,748.00	131,748.00	131,748.00	131,748.00
Utilidad del ejercicio	13797.00	-36197.00	-38479.00	-22319.10	4519.59	13248.70	21618.97	32473.47
Total de patrimonio	221,879.00	181,982.00	141,502.00	157,661.90	184,500.59	193,229.70	201,599.97	212,454.47
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	246,988.00	207,334.00	150,300.00	167,554.60	195,625.19	205,740.76	215,671.58	228,282.77

Figura 22

Estado de resultado histórico y proyectado

	HISTORICOS								PROYECTADO							
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos	301,601	100%	103,023	100%	11,926	100%	14907.50	100%	22361.25	100%	33541.88	100%	50312.81	100%	75469.22	100%
Costo del servicio	-255,438	-85%	-49,984	-49%	-5942	-50%	-5169.54	-35%	-5841.58	-26%	-8762.37	-26%	-13143.56	-26%	-19715.33	-26%
UTILIDAD BRUTA	46,163	15%	53,039	51%	5,984	50%	9737.96	65%	16519.67	74%	24779.50	74%	37169.26	74%	55753.89	74%
Gastos de ventas	-14,512	-5%	-26,287	-26%	-11,187	-94%	-7271.55	-49%	-4726.51	-21%	-3072.23	-9%	-1996.95	-4%	-2695.88	-4%
Gastos de administración	-12,417	-4%	-62,947	-61%	-33,439	-280%	-15047.55	-101%	-6771.40	-30%	-3047.13	-9%	-4723.05	-9%	-7320.73	-10%
UTILIDAD OPERATIVA	19,234	6%	-36,195	-35%	-38,642	-324%	-22319.10	-150%	5021.76	22%	18660.1460	56%	30449.26	61%	45737.28	61%
(+) otros ingresos gravados			2.00	0%	27	0%										
(-) gastos diversos	-71.00	0%	-4.00	0%	-9	0%										
RESULTADO ANTES DE PARTICIPACION	19,163	6%	-36,197	-35%	-38,624	-324%	-22319.10	-150%	5021.76	22%	18660.15	56%	30449.26	61%	45737.28	61%
Gasto por impuesto a las ganancias	-5,557	-2%							-502.17648		-5411.44233	-16%	-8830.28478	-18%	-13263.8103	-18%
GANANCIA NETA DEL EJERCICIO	13,606	5%	-36,197	-35%	-38,624	-324%	-22319.10	-150%	4519.59	20%	13248.70	39%	21618.97	43%	32473.47	43%

02 indicador: gastos de venta

KPI:

Fórmula:

$$\text{Gastos de ventas} = \frac{\text{Gastos ventas}}{\text{Ventas}}$$

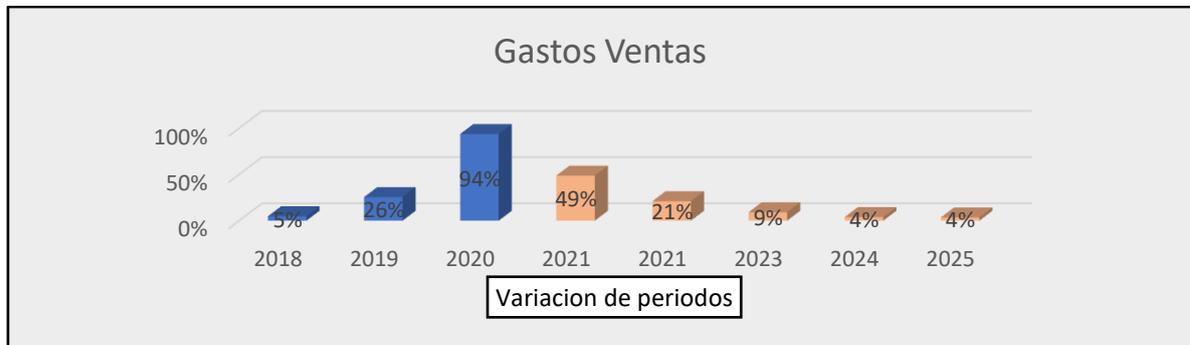
Tabla 19

Cálculo de variación de los gastos administrativos de los histórico y proyectado

Análisis	Fórmulas	2018	2019	2020	2021	20221	2023	2024	2025
KPI: Gastos de venta	Gasto de venta	= 14,512.00	26,287.00	$\frac{11,187.0}{0}$	7,271.55	4,726.51	3,072.23	$\frac{1,996.9}{5}$	$\frac{2,695.8}{8}$
	Resultados estadísticos	301,601.00	103,023.00	11,926.00	14,907.50	22,361.25	33,541.88	50312.81	75469.21
		= 5%	26%	94%	49%	21%	9%	4%	4%

Figura 23

KPI: Gastos de ventas



En KPI figura 23 de los gastos de venta nos muestra de los periodos 2018 representa un 5% y para los años 2019 y 2020 los gastos se incrementaron a 26% y 94%, lo cual no es favorable para la empresa.

Asimismo, se aplicó para la propuesta en el trabajo de investigación, para los gastos de ventas en los años 2021 al 2025, se puede observar que los gastos de ventas han ido reduciendo, los cuales tenemos como resultados 49%, 21%,9% para los dos últimos años

tenemos un ,4%y siendo el porcentaje más bajo y favorable para la empresa. Asimismo, para lograr reducir los gastos de venta la empresa deberá aplicar todos los procesos y políticas que se está implementando así poder reducir los excesos de gastos para poder tener una rentabilidad favorable.

Análisis Horizontal y vertical

4.4.3 Entregable 3

Tabla 20

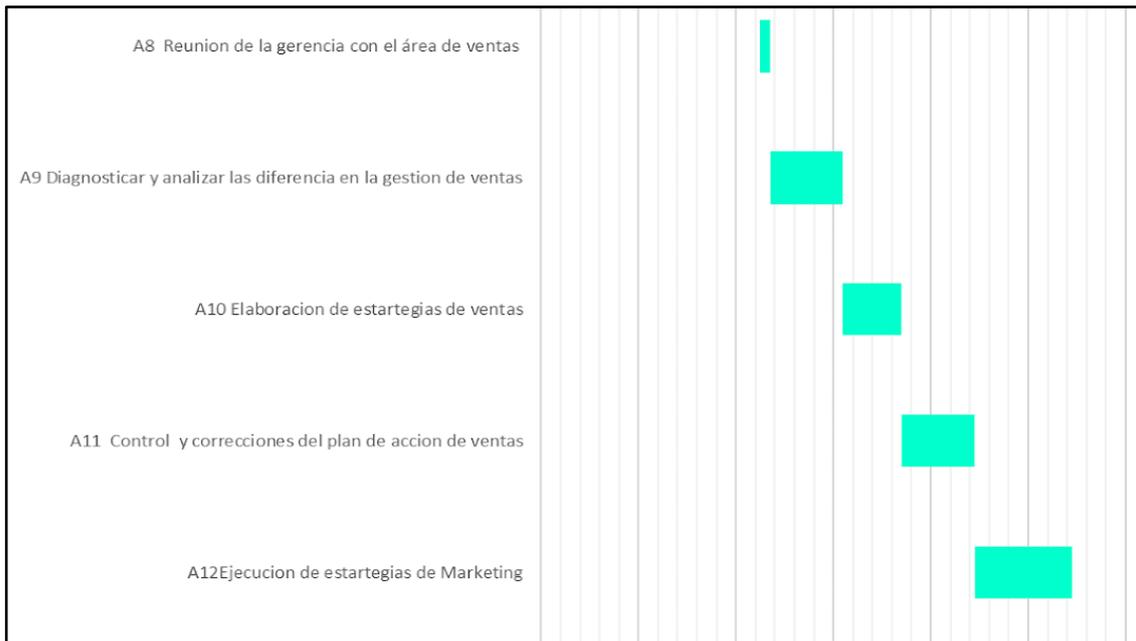
Matriz de Estrategias, actividades y cronogramas

Objetivo N°.3

Objetivo	Actividades	Cronograma	Presupuest o	KPI	Entregable
Objetivo 3 Incrementar las ventas	Reunión de la gerencia con el área de ventas	Inicio:20/02/2021 Fin:22/02/2021	Ingresos S/. Egresos S/.100	Margen de utilidad neta:(Utilidad Neta/Ventas netas) ROE:(Resultado neto /patrimonio) ROA: (Resultado neto /Activo total) (Costo de ventas/ ventas)-1	Estrategias de Marketing Estrategias de ventas Cartera de clientes
	Diagnosticar y analizar la diferencia en la gestión de ventas	Inicio:22/02/2021 Fin:09/03/2021	Ingresos Egresos S/87		
	Elaboración de estrategias de ventas	Inicio:09/03/2021 Fin:21/03/2021	Ingresos S/. 200		
	Ejecución de estrategias de Marketing	Inicio:21/03/2021 Fin:25/03/2021	Ingresos Egresos S/300		

Figura 24

Diagrama de Gantt



En la figura 24 se detalla las estrategias y actividades que se van a realizar para cumplir con el objetivo N°3 incrementar las ventas de la empresa prestadora de servicios odontológicos.

Estrategias de Marketing

Las estrategias de marketing se basan en el objetivo planeado planteadas para incrementar ventas.

Producto

El servicio que se brinda la empresa es calidad y confort, con la finalidad que el cliente quede satisfecho con el servicio que se ha realizado.

Precio

Los precios de los servicios en el mercado peruano son muy competitivos, el cual trae una consecuencia a la disminución de las ventas, para ello se le proporcionara un precio estándar según el análisis externo que se ha realizado.

Plaza

La distribución de los servicios se realizará en el local de la clínica, en donde se encuentra ubicado en el lugar estratégico del del distrito de Lince, donde se brindará a los clientes (pacientes) una atención de calidad. Asimismo, se les dará información sobre los servicios y ventajas para una atención exclusiva con ambiente cómodo, equipos de alta tecnología y un personal especializado y capacitado para una atención de calidad.

Promoción

Para la distribución que usaremos en la empresa, para promocionar los servicios son: Publicidad por medios masivos, televisión, radio, periódicos, volante y redes sociales lo cual servirá para captar clientes, sino que también queremos que el cliente lograr afianzar el servicio un periodo largo.

Estrategias de venta

Se realizará estrategias de venta, que son de mucha ayuda para la empresa y así poder conseguir nuevos clientes y además un incremento de las ventas. Para así mejorar la rentabilidad de la empresa.

Concepto de estrategia empresarial: Es un conjunto de acciones encaminadas a crear el valor de una organización, define los objetivos teniendo en cuenta el que hacer y cómo hacerlo para alcanzarlos, considerando dos aspectos: La comunicación interna para que exista la participación de todo el personal y la adaptación a los cambios del entorno que le permitan adaptarse a nuevas situaciones (Viteri et al., 2017).

Marketing: Es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades de los usuarios a cambio de un beneficio. Por lo que existe dos tipos de marketing: Un marketing estratégico a largo plazo y un marketing operativo a corto plazo inferior a 1(Viteri et al., 2017).

Tipos de estrategias de Marketing.

Según Córdoba, (2009) existen dos tipos de marketing: Un marketing transaccional y un marketing relacional para alcanzar los objetivos previamente definidos por la Empresa. El marketing transaccional se centra en generar una compra rápida del producto y que además se dirige a grandes masas a diferencia del relacional cuyo enfoque está relacionado a la fidelización del cliente desarrollando una relación más estrecha y personalizada. Las estrategias de marketing transaccional generalmente son a corto plazo y centran sus objetivos para generar ventas más rápidas a través de una campaña de marketing específica.

El marketing relacional crea una conexión que genere confianza entre los clientes otorgándole mucho más valor a tu marca a largo plazo, es decir crea una buena relación con la clientela, creando lazos estrechos en el que se benefician ambas partes

Publicidad

En los últimos años la publicidad se ha convertido en una gran ventaja para captar clientes y dar a conocer el producto o servicio que se ofrece, más aún con la publicidad digital que se proporciona para llegar a diversos sectores, como redes sociales, publicidad en tv, volantes, entre otros.

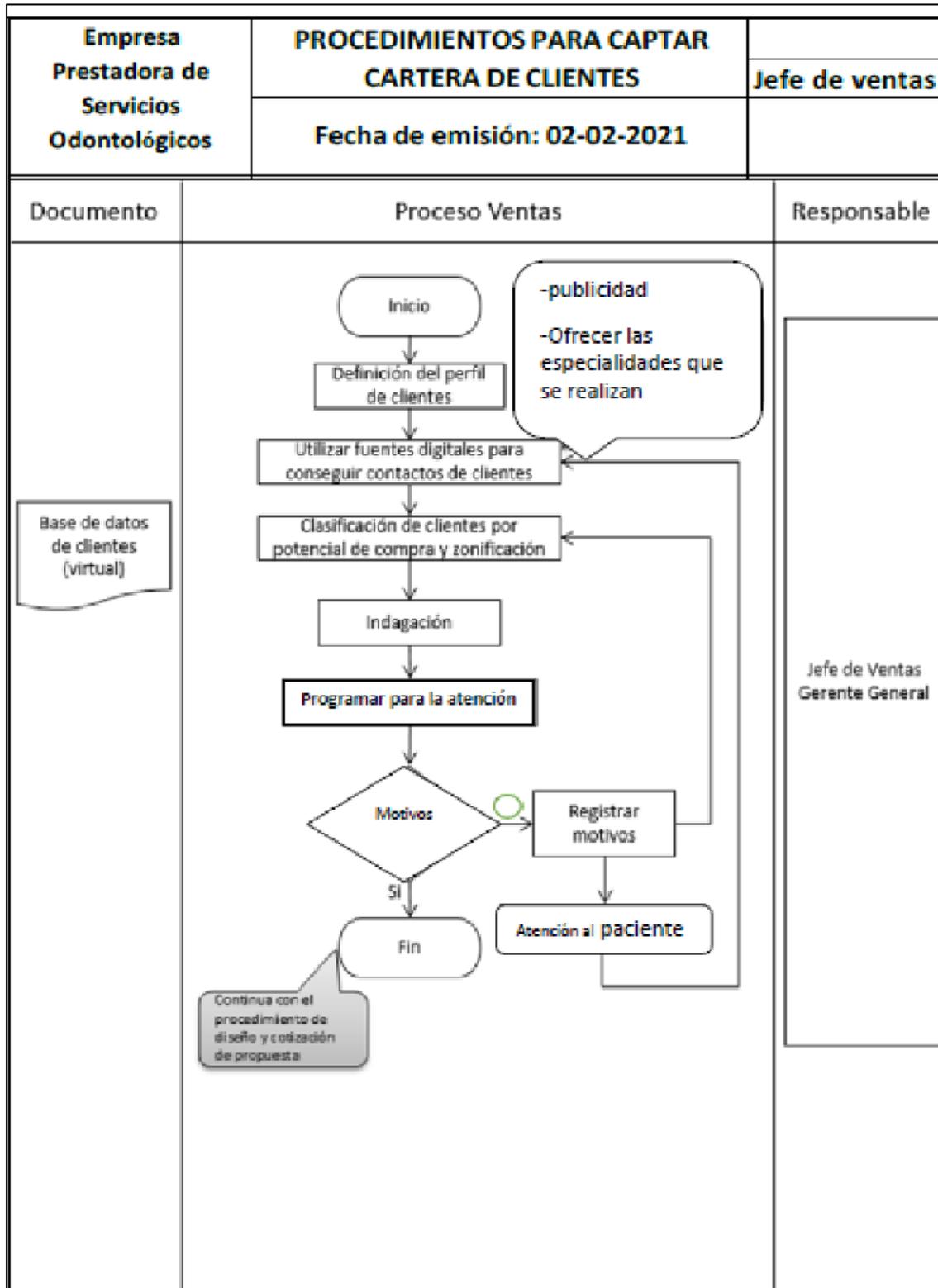
Cuadro 3

Presupuesto para incrementar las ventas

Presupuesto				
Código	Descripción	Unidad	Cantida d	Total
1	Programar la reunión con la gerencia en el área de ventas	3	10	30
2	Publicidad	300	2	600
3	copias	0.1	50	5.0
4	impresiones	0.1	20	2.0
5	horas extras del encargado	1	50	50
			Total	S/687.00

Figura 25

procedimientos para captar cartera de clientes.



Objetivo 3: Incrementar las ventas de los años 2018 al 2025

Figura 26

Organigrama de la empresa prestadora de servicios odontológicos.

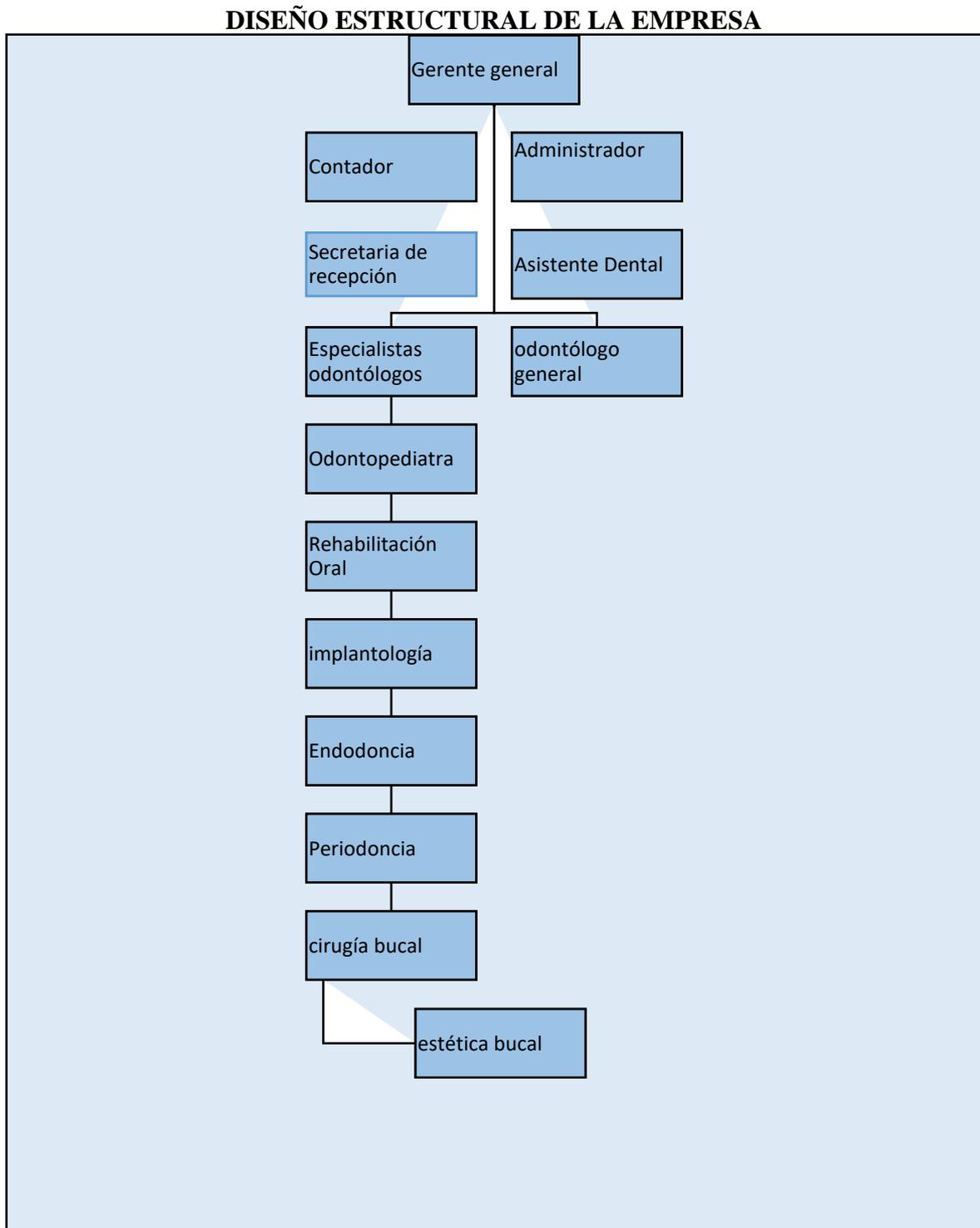


Figura 27 Estado de resultado Históricos y proyectados

ACTIVOS	HISTORICO				PROYECTADO			
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
ACTIVOS CORRIENTES								
Efectivo y equivalentes de efectivo	104,094.00	92,084.00	36,815.00	53,703.16	81,392.66	91,111.88	100,630.50	112,813.0
Cuentas por cobrar comerciales terceros	34,864.00							
Otras cuentas por cobrar								
materiales auxiliares. , sumin. Y respuestos	14,261.00	11,761.00	9,161.00	9,527.44	9,908.54	10,304.88	10,717.07	11,145.76
otros activos corrientes	4,719.00	13,394.00	12,629.00	12,629.00	12,629.00	12,629.00	12,629.00	12,629.00
Total activos corrientes	157,938.00	117,239.00	58,605.00	75,859.60	103,930.19	114,045.76	123,976.58	136,587.77
Activos no corrientes								
Inmuebles, Maquinaria y Equipo (Neto)	186,536.00	206,153.00	207,753.00	207,753.00	207,753.00	207,753.00	207,753.00	207,753.00
Propiedades, planta y equipo (neto)	-107,301.00	-125,873.00	-125,873.00	-125,873.00	-125,873.00	-125,873.00	-125,873.00	-125,873.00
Activos Intangibles (neto)								
Activo diferido	9,815.00	9,815.00	9,815.00	9,815.00	9,815.00	9,815.00	9,815.00	9,815.00
Total activos no corrientes	89,050.00	90,095.00	91,695.00	91,695.00	91,695.00	91,695.00	91,695.00	91,695.00
TOTAL ACTIVO	246,988.00	207,334.00	150,300.00	167,554.60	195,625.19	205,740.76	215,671.58	228,282.77
PASIVO								
Trib y apor sis pen y salud p pagar	4,716.00	1,253.00	1,298	1,493	1,717	1,974	2,270	2,611
remuneraciones y participaciones por pagar		19,775.00	7,500.00	8,400	9,408	10,537	11,801	13,218
Total de pasivo corriente	4,716.00	21,028.00	8,798.00	9,892.70	11,124.61	12,511.06	14,071.61	15,828.30
Pasivo no corriente								
provisiones	19,775.00							
pasivo diferido	618.00	4,324.00						
TOTAL DE PASIVO	25,109.00	25,352.00	8,798.00	9,892.70	11,124.61	12,511.06	14,071.61	15,828.30
PATRIMONIO								
Capital	48,233.00	48,233.00	48,233.00	48,233.00	48,233.00	48,233.00	48,233.00	48,233.00
Resultados acumulados	159,849.00	169,946.00	131,748.00	131,748.00	131,748.00	131,748.00	131,748.00	131,748.00
Utilidad del ejercicio	13797.00	-36197.00	-38479.00	-22319.10	4519.59	13248.70	21618.97	32473.47
Total de patrimonio	221,879.00	181,982.00	141,502.00	157,661.90	184,500.59	193,229.70	201,599.97	212,454.47
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	246,988.00	207,334.00	150,300.00	167,554.60	195,625.19	205,740.76	215,671.58	228,282.77

Figura 28. Estado de resultado Histórico y proyectado

	HISTORICOS								PROYECTADO							
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2023	2024	2025	2023	2024	2025		
Ingresos	301,601	100%	103,023	100%	11,926	100%	14907.50	100%	22361.25	100%	33541.88	100%	50312.81	100%	75469.22	100%
Costo del servicio	-255,438	-85%	-49,984	-49%	-5942	-50%	-5169.54	-35%	-5841.58	-26%	-8762.37	-26%	-13143.56	-26%	-19715.33	-26%
UTILIDAD BRUTA	46,163	15%	53,039	51%	5,984	50%	9737.96	65%	16519.67	74%	24779.50	74%	37169.26	74%	55753.89	74%
Gastos de ventas	-14,512	-5%	-26,287	-26%	-11,187	-94%	-7271.55	-49%	-4726.51	-21%	-3072.23	-9%	-1996.95	-4%	-2695.88	-4%
Gastos de administración	-12,417	-4%	-62,947	-61%	-33,439	-280%	-15047.55	-101%	-6771.40	-30%	-3047.13	-9%	-4723.05	-9%	-7320.73	-10%
UTILIDAD OPERATIVA	19,234	6%	-36,195	-35%	-38,642	-324%	-22319.10	-150%	5021.76	22%	18660.1460	56%	30449.26	61%	45737.28	61%
(+) otros ingresos gravados			2.00	0%	27	0%										
(-) gastos diversos	-71.00	0%	-4.00	0%	-9	0%										
RESULTADO ANTES DE PARTICIPACION	19,163	6%	-36,197	-35%	-38,624	-324%	-22319.10	-150%	5021.76	22%	18660.15	56%	30449.26	61%	45737.28	61%
Gasto por impuesto a las ganancias	-5,557	-2%							502.17648		-5411.44233	-16%	-8830.28478	-18%	-13263.8103	-18%
GANANCIA NETA DEL EJERCICIO	13,606	5%	-36,197	-35%	-38,624	-324%	-22319.10	-150%	4519.59	20%	13248.70	39%	21618.97	43%	32473.47	43%

En la figura 26 se muestra el organigrama que la empresa cuenta con diferentes especialistas que son: Odontología general, Odontopediatría, rehabilitación oral, implantes, endodoncia, periodoncia, cirugía bucal, estética dental, que realizará los respectivos tratamientos a los pacientes de acuerdo con el tratamiento, procedimiento establecido.

06 indicador: Margen de utilidad

Fórmula:

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

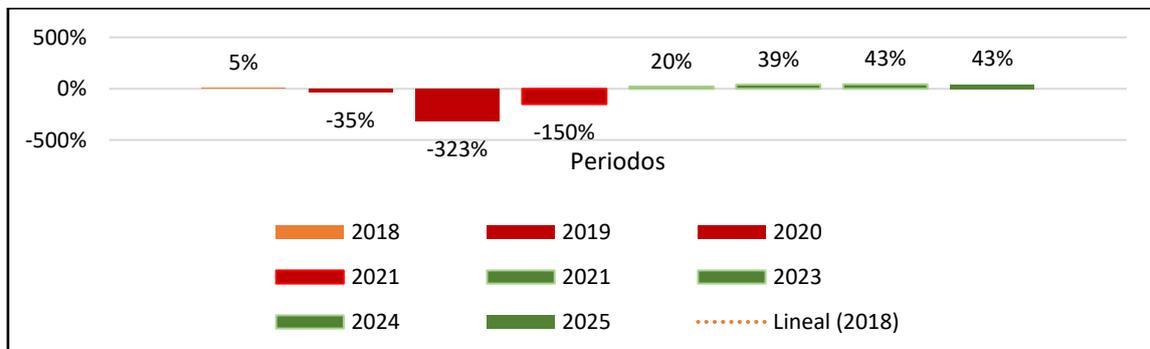
Tabla 21

Rentabilidad patrimonial 2018-2025

Análisis	Fórmula	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
	Utilidad Neta	= 13,605	-36,197	-38,479	-22,319.10	4,519.59	13,248.70	21,618.98	32,473.46
Ratios	ventas netas	301,601	103,023	11,926.	14,907.50	22,361.25	33,541.88	50,312.81	75,469.22
	Resultados estadísticos	= 5%	-35%	-323%	-150%	20%	39%	43%	43%

Figura 29

Margen de utilidad neta de los años 2018 al 2020



En la figura 27, este indicador del KPI, nos detalla que rentabilidad patrimonial nos permite observar el % de la rentabilidad patrimonial de los años 2018 fue de 5% y para el año 2019 fue -35% y para el año 2020 de -323% esto indica que la empresa tuvo perdida en esos periodos., Por lo tanto, se propone que en los años 2021 hasta el 2025 se llegue a una rentabilidad patrimonial favorable con un 43% lo cual le permita a la empresa tener beneficios aceptables lo cual en el trabajo de investigación propuso y tener resultados aceptables.

07 Indicador: Rentabilidad Patrimonial (ROE)

Fórmula

$$\text{Rentabilidad patrimonial (ROE)} = \frac{\text{Resultado neto}}{\text{Patrimonio}}$$

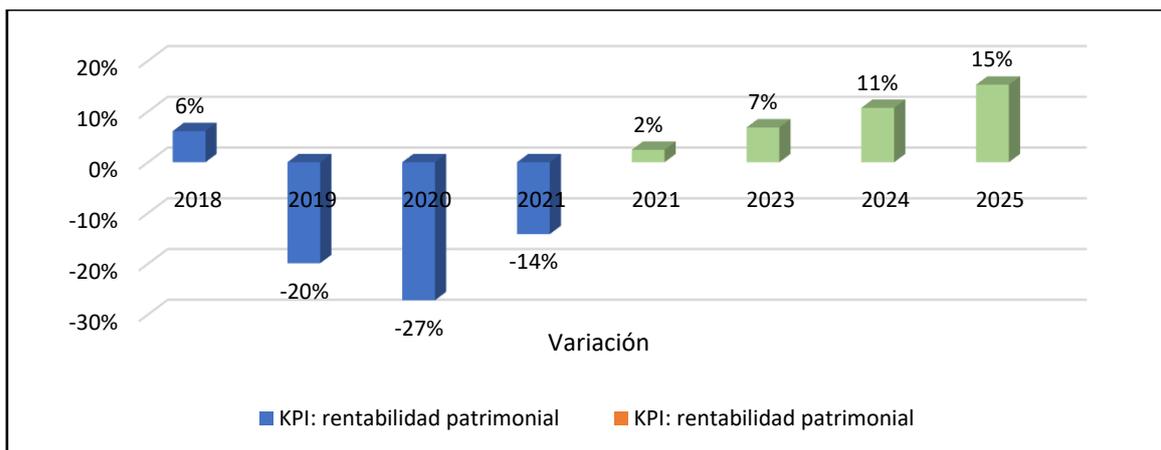
Tabla 22

Indicador rentabilidad patrimonial 2018-2025

Análisis	Fórmula	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
KPI: Rentabilidad patrimonial (ROE)	Resultado neto	= $\frac{13,605.00}{221,879}$	$\frac{36,197.00}{181,982}$	$\frac{38,479.00}{141,502}$	$\frac{22,319.10}{157,661}$	$\frac{4,519.59}{184,500}$	$\frac{13,248.70}{193,229}$	$\frac{21,618.98}{201,599}$	$\frac{32,473.46}{212,454}$
	Patrimonio	.00	.00	.00	.90	.59	.70	.97	.47
	Resultados estadísticos	= 6%	-20%	-27%	-14%	2%	7%	11%	15%

Figura 30

Variación de rentabilidad patrimonial



En la figura n°28 se puede observar la rentabilidad patrimonial de la empresa no es favorable en los años 2019 con -20% y para el 2020 con un -27% lo cual para la organización no es nada favorable, se realizó un proyectado para los años 2021 hasta el 2025 lo cual para el año 2021 se obtuvo una pérdida de -14% a partir del año 2022 sal 2025 se obtuvo una rentabilidad favorable de 15%, para obtener estos resultados se debe realizar lo propuesto en el presente trabajo.

08 indicador: Rentabilidad Patrimonial (ROA)

Fórmula

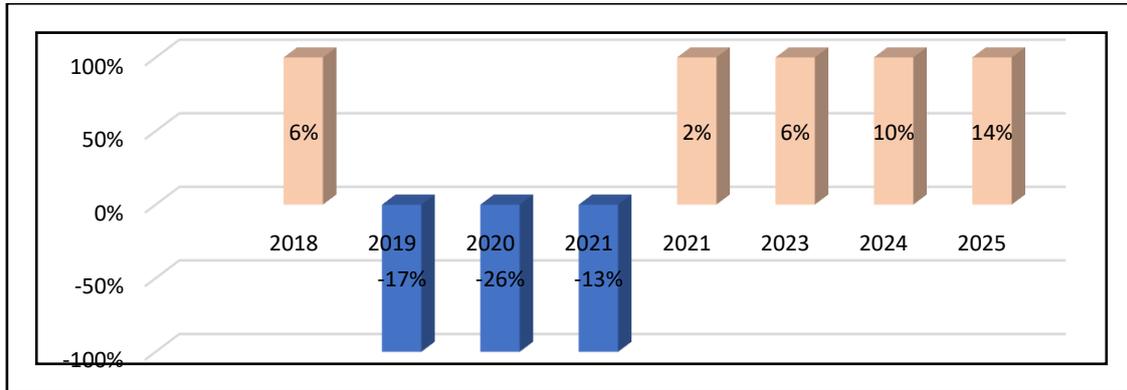
$$\text{Rentabilidad patrimonial (ROA)} = \frac{\text{Resultado neto}}{\text{Activo Total}}$$

Tabla 23
Rentabilidad Patrimonial

Análisis	Fórmula	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
KPI: Rentabilidad patrimonial (ROA)	Resultado neto	<u>13,605.0</u> 0	<u>36,197.0</u> 0	<u>38,479.0</u> 0	<u>22,319.1</u> 0	<u>4,519.59</u>	<u>13,248.7</u> 0	<u>21,618.9</u> 8	<u>32,473.4</u> 6
	Activo Total	246,988. 00	207,334. 00	150,300. 00	167,554. 60	195,625. 19	205,740. 76	215,671. 58	228,282. 77
	Resultados estadísticos	= 6%	-17%	-26%	-13%	2%	6%	10%	14%

Figura 31

KPI: rentabilidad



En tabla 23 y figura 29, se observa la proyección del indicador de la rentabilidad, lo cual en la tabla 13 se realizó los datos históricos y proyectados del año 2018 al 2025 como se observa en los porcentajes que la empresa para el año 2018 tiene 6% y para los años 2019 al 2020 tienes como resultado desfavorable lo cual no beneficia a la empresa. Donde se realizó un proyectado obtenido como resultado para el año 2025 de 14% lo cual es favorable para la empresa de servicios odontológicos.

09 Indicador: Costo de ventas

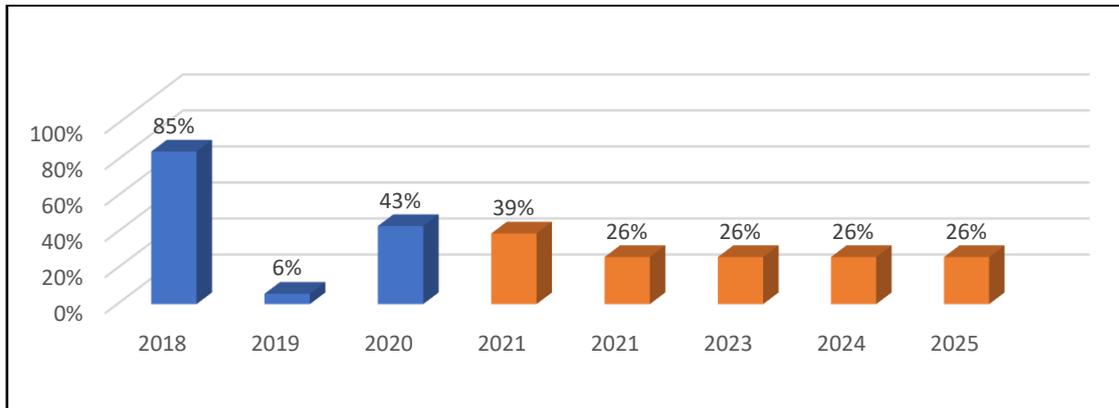
Fórmula

$$\text{Costo de ventas} = \frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Ventas}}$$

Tabla 24
Costos de venta

Análisis	Fórmula	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Costos de venta	=	<u>255.438.00</u>	<u>5.942.00</u>	<u>5.169.00</u>	<u>5.841.00</u>	<u>5.841.58</u>	<u>8.762.37</u>	<u>13.143.55</u>	<u>19.715.33</u>
Costos de ventas	-	301,601.00	103,023.00	11,926.00	14,907.50	22,361.25	33,541.88	50,312.81	75,469.22
Resultados	=	85%	6%	43%	39%	26%	26%	26%	26%

Figura 32
variación de nivel de ventas



En la figura 30 tabla 24, este indicador muestra el nivel de las ventas, se obtuvo como datos los años 2018 de 85% de las ventas y para el año 2019 bajo a un 6% debido que sus ventas bajaron a la empresa ha ido disminuyendo sus ventas de un año a otro lo cual afecta a la empresa. ha identificado ese problema, lo cual se propone incrementar sus ventas en un 25% los todos primeros años y 50% en los tres últimos años realizando desde el año 2021 hasta 2025. lo cual beneficia a la empresa. Finalmente, para lograr este objetivo se aplicarán estrategias de Marketing, estrategias de ventas para incrementar las ventas y obtener resultados optimistas.

4.5 Discusión

La presente investigación lleva como título implementación de estrategias de gastos operativos para el incremento de la rentabilidad en una empresa prestadora de servicios Odontológicos, Lima 2021, tuvo como objetivo principal elaborar una propuesta de tal manera que se pueda incrementar la rentabilidad y disminuir los gastos operativos ya que la Empresa en Estudio no contaba con un plan estratégico para el análisis de sus costos.

La investigación partió desde una revisión minuciosa de los estados financieros lo que permitió realizar un diagnóstico que revelaron los principales problemas que afectan a la empresa como la ausencia de control de los gastos por una distribución inadecuada de los mismos, así como también los excesivos gastos administrativos y la disminución de las ventas.

Asimismo, Tamayo & Artola (2020), manifiestan que cuando una empresa no cuenta con un plan estratégico tiene una alta probabilidad de que esta pueda fracasar, demuestran también la importancia de elaborar un análisis previo para generar una propuesta viable y garantizar el incremento de la utilidad y así tener un mejor control de cada una de las operaciones realizadas en la empresa.

Según, Tejeda (2018) coincide con la investigación con la investigación realizada lo cual identificó los factores asociados al exceso de gastos operativos de una Empresa durante periodos anuales, encontrando en el análisis horizontal que los estados financieros han variado de un año a otro incrementando los gastos operativos como el administrativo y de venta, sin embargo, los ingresos fueron disminuyendo progresivamente. Así mismo en el análisis vertical se observó que los gastos operativos han generado que la empresa llegue a tener pérdidas, debido al exceso de gastos y pocas ventas proponiendo un proceso de estrategias que ayuden a mejorar los gastos operativos.

Por otro lado, la investigación coincide con los problemas encontrados, Rimarachín, (2019) la clínica odontológica una rentabilidad bajo. lo cual se plantea que debe implementar

estrategias para el mejoramiento de todas las actividades que realiza la empresa y así poder tomar decisiones.

Para Coello, (2015) el análisis horizontal ayuda a comparar las cuentas de los estados financieros de diferentes años, lo cual se representa en porcentajes a cada una de las cuentas y el vertical realiza una comparación de dos o más elementos que se expresa como un porcentaje y es importante para la distribución de sus gastos operativos de tal forma equitativa de acuerdo con las necesidades operativas. De la misma manera Olivera (2016) señala que la elaboración del análisis horizontal y vertical del estado de resultados y del estado financiero de una empresa se constituye en una herramienta fundamental para establecer la realidad financiera de la empresa, realizar el diagnóstico y tomar de decisiones acertadas para ajustar la realidad organizacional y financiera.

Según Nogueira, (2017) el análisis de los ratios muestra el comportamiento económico-financiero y evolución en el tiempo de la empresa. La empresa debe tener un adecuado control de todos los gastos administrativos de ventas que realiza la empresa, lo cual se debe implementar manuales de políticas de gastos que ayuden a mejorar. Asimismo, esto afecta en el crecimiento de la rentabilidad lo cual se observa en los resultados obtenidos de los ratios, este análisis sirve para que la empresa pueda determinar de qué manera está llevando un adecuado control para la toma de decisiones.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Primera: La empresa prestadora de servicios odontológicos no contaba con un manual de políticas de gastos administrativos que le permitan controlar de manera adecuada los egresos. Por lo que se elaboró una propuesta que consistió en implementar estrategias de control que mejoren esta situación elaborando un manual y flujograma que permite analizar los procesos y procedimientos de las actividades realizadas por la empresa.

Segunda: Según los análisis realizados en los años 2018, 2019 y 2020 se obtuvo pérdidas en los dos últimos años, debido al aumento de los gastos venta, así como también se evidencio que los costos de servicio se incrementaron. Por lo que se propuso elaborar un manual gastos de ventas para gastos que se realizan.

Tercero: Los factores más relevantes que afectan de manera directa a la rentabilidad de la empresa son los elevados gastos operativos de ventas y administrativos disminuyendo la utilidad, así mismo se evidencio que la empresa ha disminuido sus ventas por lo que se propuso estrategias de marketing para captar nuevos clientes.

5.2 Recomendaciones

Primera: se recomienda a la empresa implementar estrategias y manual de políticas de gastos administrativos y de gastos de ventas, así de esta manera poder llevar un control adecuado de todos los gastos que inciden, de tal manera que faciliten a la entidad a planificar las operaciones realizadas y así poder tomar decisiones. Del mismo modo se sugiere a la empresa llevar un control de gastos operativos y contables con el fin de tener un mejor control de las actividades que realiza la empresa que le permita tener una rentabilidad positiva.

Segunda: Se sugiere a la empresa a aplicar nuevos lineamientos, políticas establecidas por la gerencia, brindando capacitaciones que le permitan mantener al trabajador actualizado y a su vez permita desenvolverse de la mejor manera generando resultados positivos en la utilidad de la empresa.

Tercera: Se sugiere a la empresa que debe implementar un plan de estratégico de ventas, marketing, flujograma de cartera de clientes y marketing captando nuevos clientes, que le permitan aumentar sus ventas, lo cual ayudarán a la empresa a incrementar sucesivamente las ventas y poder obtener una rentabilidad favorable en la empresa. Por otro lado, se propone a la empresa volumen de publicidad con el fin de ser una empresa conocida y dar a conocer los servicios que conlleven a aumentar sus ventas.

REFERENCIAS

- Aching, C. (2005). Ratios Financieros. 25.
- Alcaide, J. *Fidelización de clientes*. 2da Ed. ESIC, 2015
- Artola Artola, D. M. (2020). Análisis de los costos y gastos operativos y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa Transportes del Lago, S.A. durante el periodo 2016-2018 [Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. <https://repositorio.unan.edu.ni/14279/>
- Barzola, M., & Coella, H. (2020). Cumplimiento de las normas tributarias de los gastos administrativos, ventas y financieros y su impacto en los excedentes para los socios de la Cooperativa de Transporte Urbano Nuevo. [Tesis de Título Profesional]. Universidad Laica Vicente Roca fuerte.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. (3era Edición).
- Carhuancho, I, F Nolzco, L Sicheri, M Guerrero, y K Casana. *Metodología para la investigación holística*. Ecuador: UIDE. 2019.
- Chavez, O., Chyrikinis, R., Pahlen, R, & Yiegas, J. (1997). Teoría contable. Buenos aires: (Macchi Grupo Editor S.A.).
- Córdoba, L. «Del marketing transaccional al marketing relacional» 5, n.º 1 (2009): 13.
- Cusco, R. «Los gastos operativos y su incidencia en la rentabilidad de la Empresa comercial Luis Felipe Olmedo areias de la Ciudad de Riobanba en el primer sementre del año 2014». Tesis de Título Profesional, Universidad Técnica de Ambato, 2015.
- Coella, A. (2015). Análisis horizontal y vertical de estados financieros. 2.

- Contraloría General de la República. (2016). Marco conceptual del Control Interno (p. 62).
https://apps.contraloria.gob.pe/wcm/control_interno/documentos/Publicaciones/Marco_Conceptual_Control_Interno_CGR.
- Díaz, D. «Estudio de la demanda de los servicios odontológicos y propuesta de un plan de marketing estratégico.» Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, 2020.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/15025>.
- Dražić Lutilsky, Ivana, y Lucija Ivančić. «Business Processes in the Function of Cost Management in Healthcare Institutions», 5:571-89, 2017.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-46319-3_35
- Francés, A. (2006). Estrategia y planes para la empresa: Con el cuadro de mando integral (Primera edición). Pearson Educación.
- Fondo Monetario Internacional. «Informe anual del FMI». Washigton, 2018.
- Garrison, R, Noreen,E, & Brewer, P. (2007). Contabilidad administrativa (Undécima. D.F.: McGraw-Will.).
- Gitman, L. J. (2003). Principios de administracion financiera.: (12edi.). Pearson Educación.
- González, J., & Patiño, J. (2019). Los gastos operativos y la utilidad de la empresa de servicios Tannajo S.A.C. [Tesis de Título Profesional]. Universidad de ciencias Humanidades.
- Guzmán, C. (2005). Ratios Financieros y Matemáticos de la mercadotecnia.
- Halten, K. *Estrategias*, 1975. [Recuperado](#).
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. McGraw - Hill.

- Hernández, S., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación (1ra Edición. McGraw-Hill.
- Hornngren, C., Harrison, W, & Bamber, L. (2003). Contabilidad.: (5ta ed.). Pearson Prentice Hall. <https://pdfslide.tips/documents/contabilidad-hornngren-harrison-bamber-5ta.html>
- Hurtado, J. (2000). Metodología de la investigación holística (3era. Edición. Caracas). Fundación Sypal.
- Lucas, E. (2019). Gastos operativos y su incidencia en la rentabilidad. Universidad Laica Vicente Rocafuerte.
- Lozano, S. «Nivel de impacto de las estrategias de marketing relacional utilizadas por la clínica dental multident Trujillo en la fidelización de sus pacientes registrados durante el año 2015». Tesis de Título Profesional, Universidad Privada Antenor Orrego, 2016.
- Martínez, H. (2012). Metodología de la investigación. México: Cengage Learning.
- Medina, M. (2011). Análisis de los gastos operativos y su incidencia en la rentabilidad del supermercado superrskandinay Cia LTDA.Ecuador [Tesis de Título Profesional]. Universidad Técnica de Ambato.
- Medrano, Esquivel. «CPC. Pamela Maidolly Torres Moya.», s. f., 73.
- Meléndez, J. (2016). Control Interno para pequeñas empresas. Uladech (Ediciones, 1° Ed. Perú). Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú D. Legal N° 2015-14673 ISBN: 978-612-4308-03-1.
- Menéndez, R. (2012). Distribución de gastos fijos por centro de costos para una empresa Distribuidora de productos agrícolas. [Tesis de Título Profesional]. Universidad de San Carlos de Guatemala.

- Muñoz, J. (2008). Contabilidad Financiera (Pearson Educación, S.A.).
https://www.academia.edu/35591314/Contabilidad_Financiera_1ed_Jos%C3%A9_Mu%C3%B1oz_Jim%C3%A9nez.
- Ochoa, F., & Esquiche, J. (2019). Los gastos operativos y la creación de valor en la empresa treca S. A.C en el periodo 2014-2018. Universidad Nacional del Callao.
- Ramírez, C., García, M., & Pantoja, A. (2010). Fundamentos y Técnicas de costos: Editorial Universidad Libre, Sede Cartagena.
- Rimarachín, E. (2019). Evaluación de la gestión de los procesos operativos para determinar su eficiencia y diseño de estrategias que incrementen la rentabilidad en la clínica odontológica Rimadent Año 2018. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Rivadeneira, M. (2014). La elaboración de presupuestos en empresas manufactureras. Eumed.
- Robalino, B., & Solórzano, K. (2019). Gastos Operativos y su incidencia en la rentabilidad en la determinación del impuesto a la renta en la empresa Química S.A [Tesis de Título Profesional]. Universidad Laica Vicente Rocafuerte.
- Rondan, K. (2017). Gastos operativos e impuesto a la renta de la empresa grupo norpal. Universidad César Vallejo.
- Ruiz, N. (2017). Los gastos operativos y su impacto en los estados financieros en la cooperativa de transporte Tarqui. [Tesis de Título Profesional]. Universidad Laica Vicente Rocafuerte.
- Santiesteban, E. *Metodología de la investigación para las ciencias contables. las tunas*. Las tunas: Editorial Académica Universitaria (Edacun), 2018.
- Sepúlveda, J., Castillo, E, Álvarez, G. (2016). Teoría de la contabilidad. (4ta.edición.).

Tamay, P. «Diseño de un plan estratégico para incrementar la utilidad operativa en un centro especializado en formación odontológica de una Universidad de Lambayeque.» Tesis de Título Profesional, 2020.

Tejeda, A. (2018). Gastos operativos y su incidencia en el estado de resultado en las pymes del rubro imprenta del distrito de independencia. Universidad César Vallejo.

Tuesta, F. (2008). Gastos poco operativos.
<http://blog.pucp.edu.pe/blog/fernandotuesta/2008/10/03/gastos-poco-operativos/>

Vigo, F. «Gastos Operativos y su efecto en la situación económica- financiera de la empresa a de Transporte Publico Urbano Rebisa S.A.C.» Universidad César Vallejo, 2017.

Viteri, F, L Herrera, y F Bazurto. «Las Tendencias del Marketing: Cuales son y definiciones» 1, n.º 5 (2017): 974-88. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6732812>.

S.

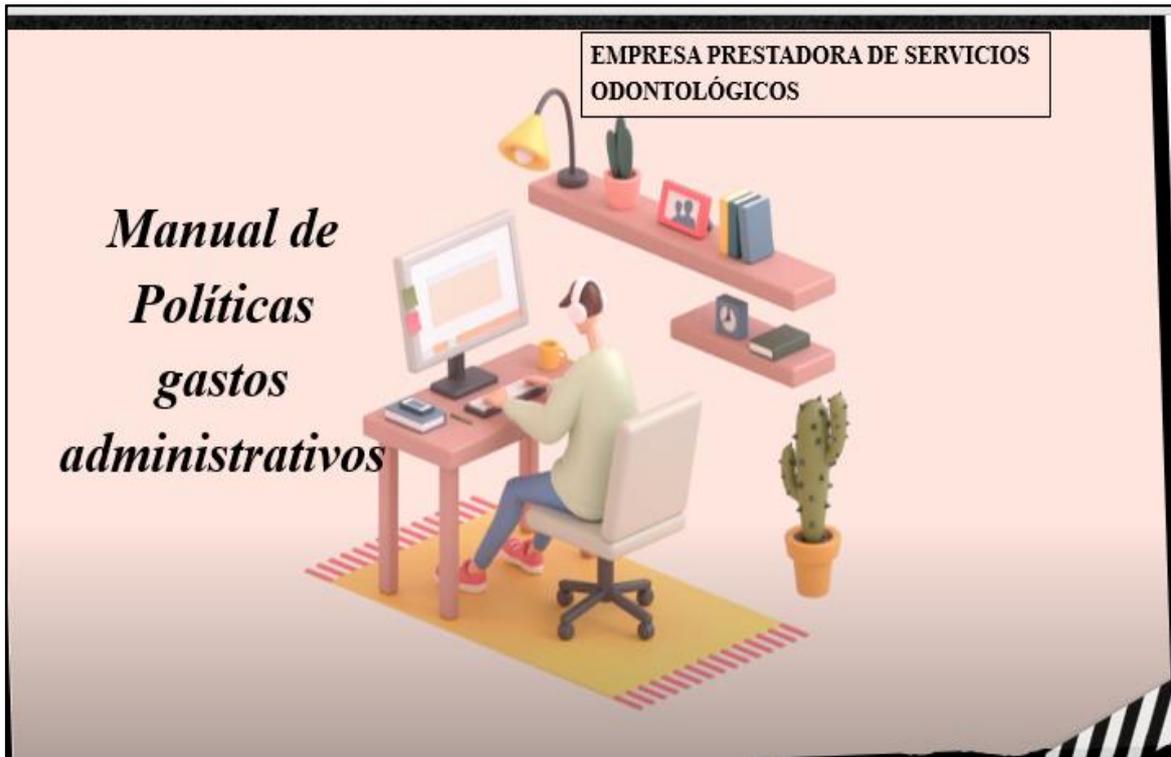
Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: Implementación de estrategias de los gastos operativo para el incremento de la rentabilidad en una empresa prestadora de servicios Odontológicos, Lima 2021

Problema general	Objetivo general	Categoría 1: Gastos operativos			
		Sub categorías	Indicadores	Escala	Nivel
¿Cómo mejorar la implementación de estrategias de los gastos operativos para el incremento de la rentabilidad en la empresa prestadora de servicios odontológicos, Lima 2021?	Proponer implementación de estrategias de los gastos operativos para el incremento de la rentabilidad en la empresa prestadora de servicios odontológicos, Lima 2021.	Gastos administrativos	1. Control		
		Gastos de venta	2. Publicidad		
		Ratios de rentabilidad	2. Rentabilidad		
Problemas específicos	Objetivos específicos	Categoría solución. Implementación de estrategias			
¿Cuál es la situación de los gastos operativos de la empresa prestadora de servicios odontológicos?	Analizar la situación de los gastos operativos para el incremento de la rentabilidad en la empresa prestadora de servicios Odontológicos, Lima 2021.	Problema	Objetivo	Entregables	
		Problema 1. Exceso de gastos de venta	Objetivo 1. Reducir los gastos de venta	Manual de políticas de gastos de venta. Estado de resultados Flujograma de gastos de venta	
		Problema 2. Exceso de gastos administrativos.	Objetivo 2. Reducir los gastos administrativos	Manual de políticas de gastos administrativos Flujograma de gastos administrativos. Estado de situación financiera	
¿Cuáles son los factores que inciden en los gastos operativos de la empresa prestadora de servicios Odontológicos, Lima 2021?	Identificar los factores que afectan los gastos operativos para el incremento de la rentabilidad en la empresa prestadora de servicios odontológicos, Lima 2021.	Problema 3. Disminución de las ventas.	Objetivo 3. Incrementar las ventas	Estrategias de ventas Estrategias de Marketing Cartera de clientes	
		Tipo, nivel y método	Población, muestra y unidadinformante	Técnicas e instrumentos	Procedimiento y análisis de datos
		Sintagma: HolísticoEnfoque: Mixto Tipo: Proyectivo Nivel: Comprensivo Método: Deductivo, inductivo,analítico	Población: Empresa prestadora de servicios Unidad informante: Gerente general, administrativo, contador general	Técnicas: Análisis documental, entrevista Instrumentos: Registro documental,guía de entrevista.	Procedimiento: Guía de la entrevista Análisis de datos: Atlas ti, triangulación de datos.

Anexo 2: Evidencias de la propuesta

ACTIVOS	HISTORICO				PROYECTADO			
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
ACTIVOS CORRIENTES								
Efectivo y equivalentes de efectivo	104,094.00	92,084.00	36,815.00	53,703.16	81,392.66	91,111.88	100,630.50	112,813.00
Cuentas por cobrar comerciales terceros	34,864.00							
Otras cuentas por cobrar								
materiales auxiliares., sumin. Y respuestos	14,261.00	11,761.00	9,161.00	9,527.44	9,908.54	10,304.88	10,717.07	11,145.76
otros activos corrientes	4,719.00	13,394.00	12,629.00	12,629.00	12,629.00	12,629.00	12,629.00	12,629.00
Total activos corrientes	157,938.00	117,239.00	58,605.00	75,859.60	103,930.19	114,045.76	123,976.58	136,587.77
Activos no corrientes								
Inmuebles, Maquinaria y Equipo (Neto)	186,536.00	206,153.00	207,753.00	207,753.00	207,753.00	207,753.00	207,753.00	207,753.00
Propiedades, planta y equipo (neto)	-107,301.00	-125,873.00	-125,873.00	-125,873.00	-125,873.00	-125,873.00	-125,873.00	-125,873.00
Activos Intangibles (neto)								
Activo diferido	9,815.00	9,815.00	9,815.00	9,815.00	9,815.00	9,815.00	9,815.00	9,815.00
Total activos no corrientes	89,050.00	90,095.00	91,695.00	91,695.00	91,695.00	91,695.00	91,695.00	91,695.00
TOTAL ACTIVO	246,988.00	207,334.00	150,300.00	167,554.60	195,625.19	205,740.76	215,671.58	228,282.77
PASIVO								
Trib y apor sis pen y salud p pagar	4,716.00	1,253.00	1,298	1,493	1,717	1,974	2,270	2,611
remuneraciones y participaciones por pagar		19,775.00	7,500.00	8,400	9,408	10,537	11,801	13,218
Total de pasivo corriente	4,716.00	21,028.00	8,798.00	9,892.70	11,124.61	12,511.06	14,071.61	15,828.30
Pasivo no corriente								
provisiones	19,775.00							
pasivo diferido	618.00	4,324.00						
TOTAL DE PASIVO	25,109.00	25,352.00	8,798.00	9,892.70	11,124.61	12,511.06	14,071.61	15,828.30
PATRIMONIO								
Capital	48,233.00	48,233.00	48,233.00	48,233.00	48,233.00	48,233.00	48,233.00	48,233.00
Resultados acumulados	159,849.00	169,946.00	131,748.00	131,748.00	131,748.00	131,748.00	131,748.00	131,748.00
Utilidad del ejercicio	13,797.00	-36,197.00	-38,479.00	-22,319.10	4,519.59	13,248.70	21,618.97	32,473.47
Total de patrimonio	221,879.00	181,982.00	141,502.00	157,661.90	184,500.59	193,229.70	201,599.97	212,454.47
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	246,988.00	207,334.00	150,300.00	167,554.60	195,625.19	205,740.76	215,671.58	228,282.77



Introducción

En el presente manual Se procederá a poner los lineamientos para poder tener un control adecuado de los gastos administrativos que realiza la empresa, este manual de políticas ayudarán a disminuir los gastos excesivos que hay en la empresa.

Objetivo. Establecer políticas de gastos administrativos que permitan a la empresa tener un control adecuado de los gastos que inciden en la empresa.

- ❖ Se ejecutará el Manual de políticas de gastos administrativos en la empresa prestadora de servicios Odontológicos, con el fin de poder cumplir cada proceso establecido sobre el control de gastos.
- ❖ se aplicará todos los lineamientos establecidos del área, con el fin de reducir los gastos excesivos gastos administrativos.

Alcance. Aplicar las políticas de gastos administrativos para reducir los excesos gastos que se realiza en la empresa prestadora de servicios Odontológicos, Lima. Este manual de procesos de políticas de gastos administrativos está básicamente diseñado para seguir todos los procedimientos desde el inicio hasta final, siendo los encargados en el área administrativa que aplicarán.

Políticas y disposiciones

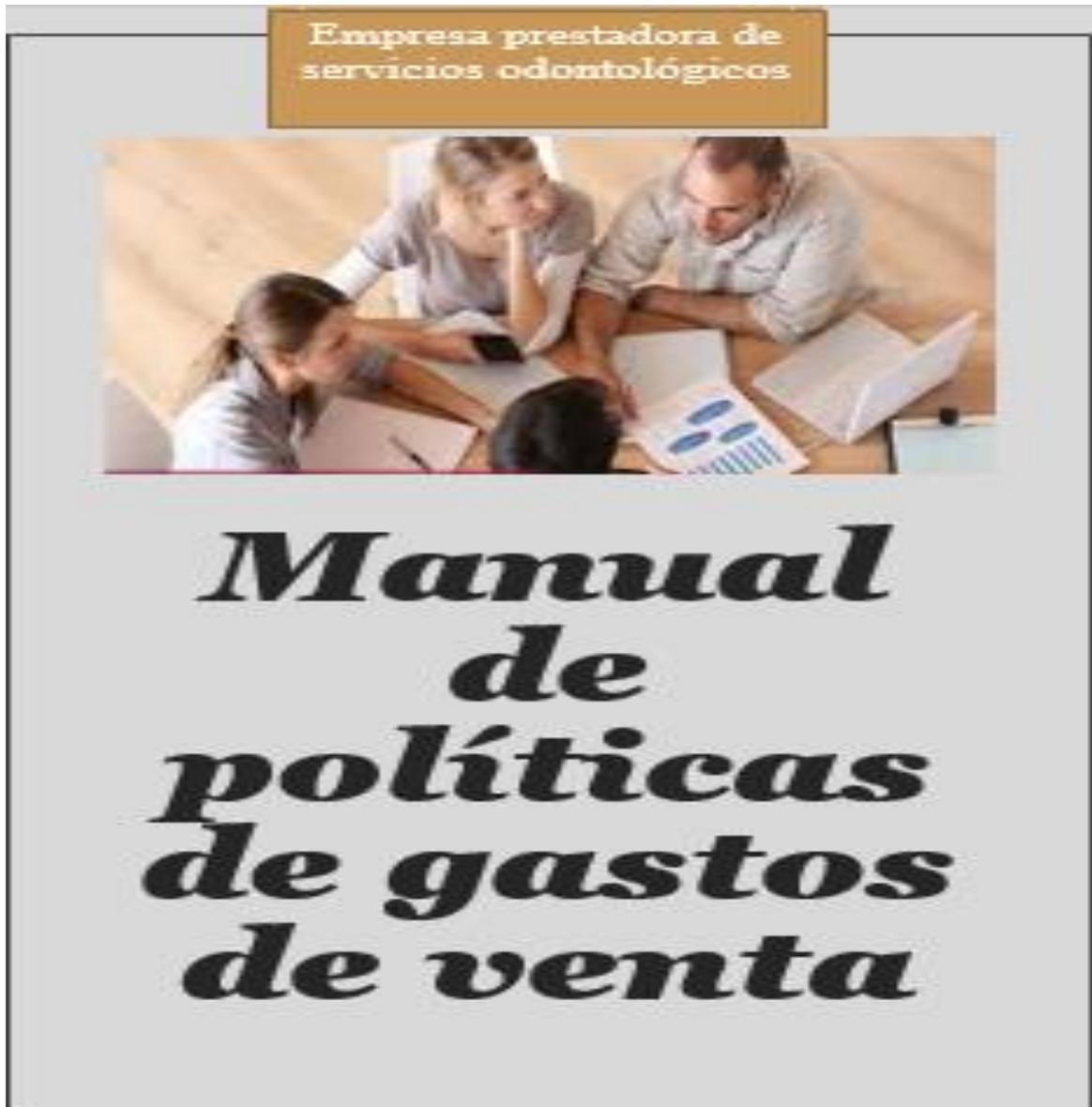
Las políticas de gastos permiten a la organización controlar de manera eficiente, reduciendo los gastos innecesarios que se realizan y así poder optimizar los recursos de la empresa.

El gerente solo ejecutará los gastos aprobados por el gerente general el cual se ha establecido el presupuesto anual en la empresa, de no ser así la gerencia determinará si se reduce el presupuesto al siguiente mes o de lo contrario se le descontará al responsable si se gastaron en exceso.

La implementación de gastos es importante porque permite a la empresa tener un adecuado control, para así poder disminuir los gastos en exceso, donde se solicitará al área administrativa que realice cotizaciones con los proveedores de los productos que se va a comprar y realizar un comparativo para así poder elegir de qué proveedor se va compra, lo cual beneficiará a la empresa con un producto que cueste menos.

Sanciones

Teniendo en cuenta las políticas del manual de gastos administrativos, la empresa deberá sancionar al responsable del área si en caso no cumpla con los lineamientos establecidos sobre los gastos administrativos.



Introducción

En el presente manual se realizará las políticas de gastos de venta, que permitirán lograr disminuir los gastos excesivos de ventas. Se procederá a poner los lineamientos para poder tener un control adecuado de los gastos venta que realiza la empresa, este manual de políticas ayudará a disminuir de manera adecuada los gastos excesivos que hay en la empresa.

Para un adecuado control de gastos de ventas se plantea el siguiente manual, donde describen los lineamientos para un correcto uso de los recursos que se realizan en la empresa.

Políticas de control de gastos

Las políticas que se emplearán en el siguiente manual, es buscar la ejecución y la optimización de los recursos que a continuación mencionaremos.

- ✓ Organizar los gastos en el área de ventas
- ✓ Normalizar los valores a gastar durante la gestión de ventas
- ✓ regulará la presentación de documentos de gastos
- ✓ Facilitar el uso adecuado de los gastos durante la gestión
- ✓ Facilitar el nivel de aprobación de los gastos realizados
- ✓ Delimitar los gastos que se pueden realizar en la gestión de ventas

lo que se espera llegar.

- ✓ Disminuir los gastos innecesarios en la venta
- ✓ Incrementar la cantidad de documentos Válidos como deducible de impuestos
- ✓ controlar los gastos
- ✓ genera indicadores de gestión financiera de las rutas de ventas

Políticas y disposiciones

Las políticas de gastos de venta permiten a la organización controlar de manera eficiente, reduciendo los gastos innecesarios que se realizan y así poder optimizar los recursos de la empresa.

El gerente solo ejecutará los gastos aprobados por el gerente general el cual se ha establecido el presupuesto anual en la empresa, de no ser así la gerencia determinará si se reduce el presupuesto al siguiente mes o de lo contrario se le descontará al responsable si se gastaron en exceso.

La implementación de gastos es importante porque permite a la empresa tener un adecuado control, para así poder disminuir los gastos en exceso, donde se solicitará al área administrativa que realice cotizaciones con los proveedores de los productos que se va a comprar y realizar un comparativo para así poder elegir de qué proveedor se va compra, lo cual beneficiará a la empresa con un producto que cueste menos.

Sanciones

Teniendo en cuenta las políticas del manual de gastos administrativos, la empresa deberá sancionar al responsable del área si en caso no cumpla con los lineamientos establecidos sobre los gastos administrativos.

En la figura 24 se detalla las estrategias y actividades que se van a realizar para cumplir con el objetivo N°3 incrementar las ventas de la empresa prestadora de servicios odontológicos.

Estrategias de Marketing

Las estrategias de marketing se basan en el objetivo planeado planteadas para incrementar ventas.

Producto

El servicio que se brinda la empresa es calidad y confort, con la finalidad que el cliente quede satisfecho con el servicio que se ha realizado.

Precio

Los precios de los servicios en el mercado peruano son muy competitivos, el cual trae una consecuencia a la disminución de las ventas, para ello se le proporcionara un precio estándar según el análisis externo que se ha realizado.

Plaza

La distribución de los servicios se realizará en el local de la clínica, en donde se encuentra ubicado en el lugar estratégico del del distrito de Lince, donde se brindará a los clientes (pacientes) una atención de calidad. Asimismo, se les dará información sobre los servicios y ventajas para una atención exclusiva con ambiente cómodo, equipos de alta tecnología y un personal especializado y capacitado para una atención de calidad.

Promoción

Para la distribución que usaremos en la empresa, para promocionar los servicios son: Publicidad por medios masivos, televisión, radio, periódicos, volante y redes sociales lo cual servirá para captar clientes, sino que también queremos que el cliente lograr afianzar el servicio un periodo largo.

Estrategias de venta

Se realizará estrategias de venta, que son de mucha ayuda para la empresa y así poder conseguir nuevos clientes y además un incremento de las ventas. Para así mejorar la rentabilidad de la empresa.

Concepto de estrategia empresarial: Es un conjunto de acciones encaminadas a crear el valor de una organización, define los objetivos teniendo en cuenta el que hacer y cómo hacerlo para alcanzarlos, considerando dos aspectos: La comunicación interna para que exista la participación de todo el personal y la adaptación a los cambios del entorno que le permitan adaptarse a nuevas situaciones (Viteri et al., 2017).

Marketing: Es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades de los usuarios a cambio de un beneficio. Por lo que existe dos tipos de marketing: Un marketing estratégico a largo plazo y un marketing operativo a corto plazo inferior a 1 (Viteri et al., 2017).

Tipos de estrategias de Marketing.

Según Córdoba, (2009) existen dos tipos de marketing: Un marketing transaccional y un marketing relacional para alcanzar los objetivos previamente definidos por la Empresa. El marketing transaccional se centra en generar una compra rápida del producto y que además se dirige a grandes masas a diferencia del relacional cuyo enfoque está relacionado a la fidelización del cliente desarrollando una relación más estrecha y personalizada. Las estrategias de marketing transaccional generalmente son a corto plazo y centran sus objetivos para generar ventas más rápidas a través de una campaña de marketing específica.

El marketing relacional crea una conexión que genere confianza entre los clientes otorgándole mucho más valor a tu marca a largo plazo, es decir crea una buena relación con la clientela, creando lazos estrechos en el que se benefician ambas partes

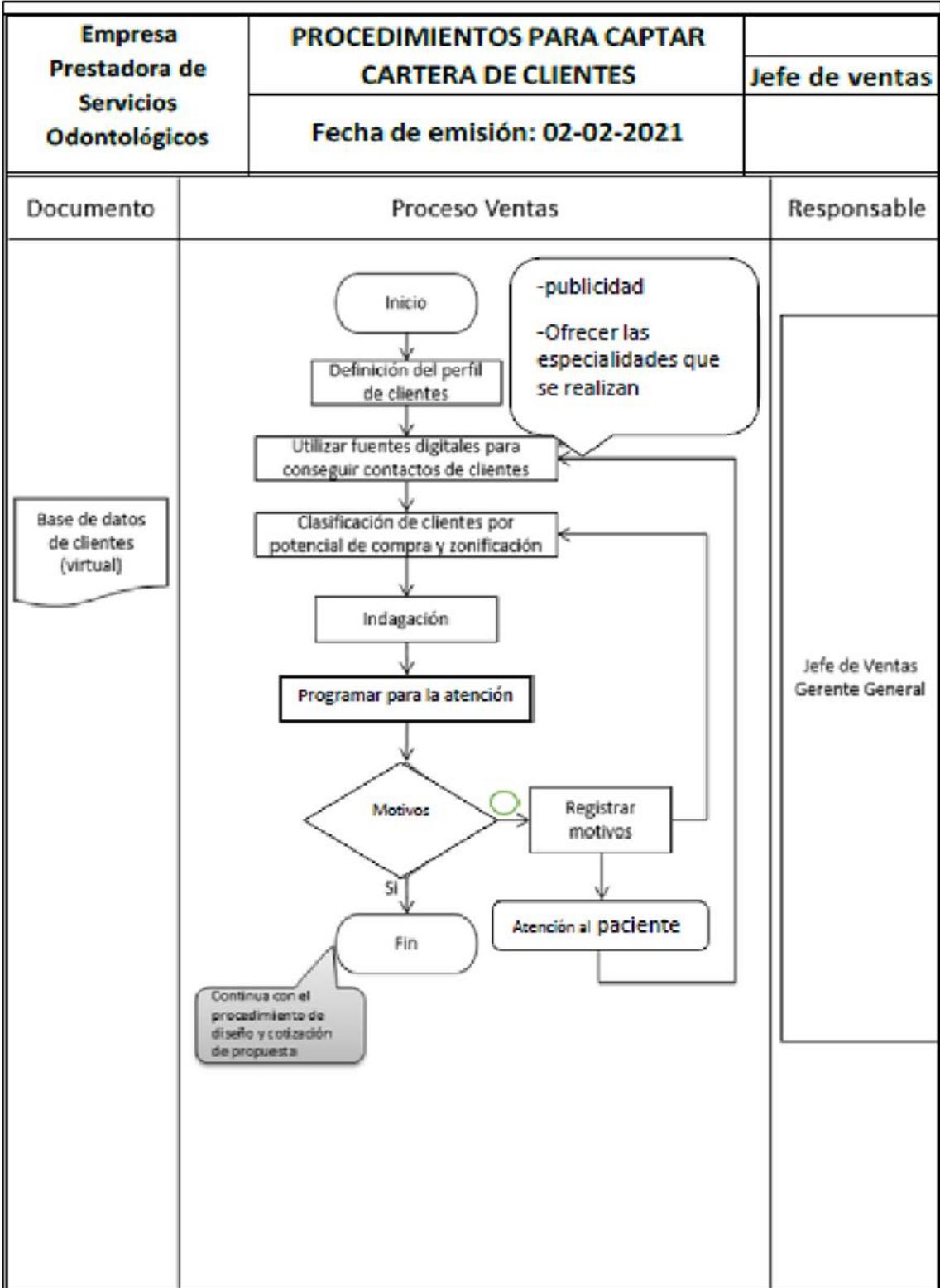
Publicidad

En los últimos años la publicidad se ha convertido en una gran ventaja para captar clientes y dar a conocer el producto o servicio que se ofrece, más aún con la publicidad digital que se proporciona para llegar a diversos sectores, como redes sociales, publicidad en tv, volantes, entre otros.

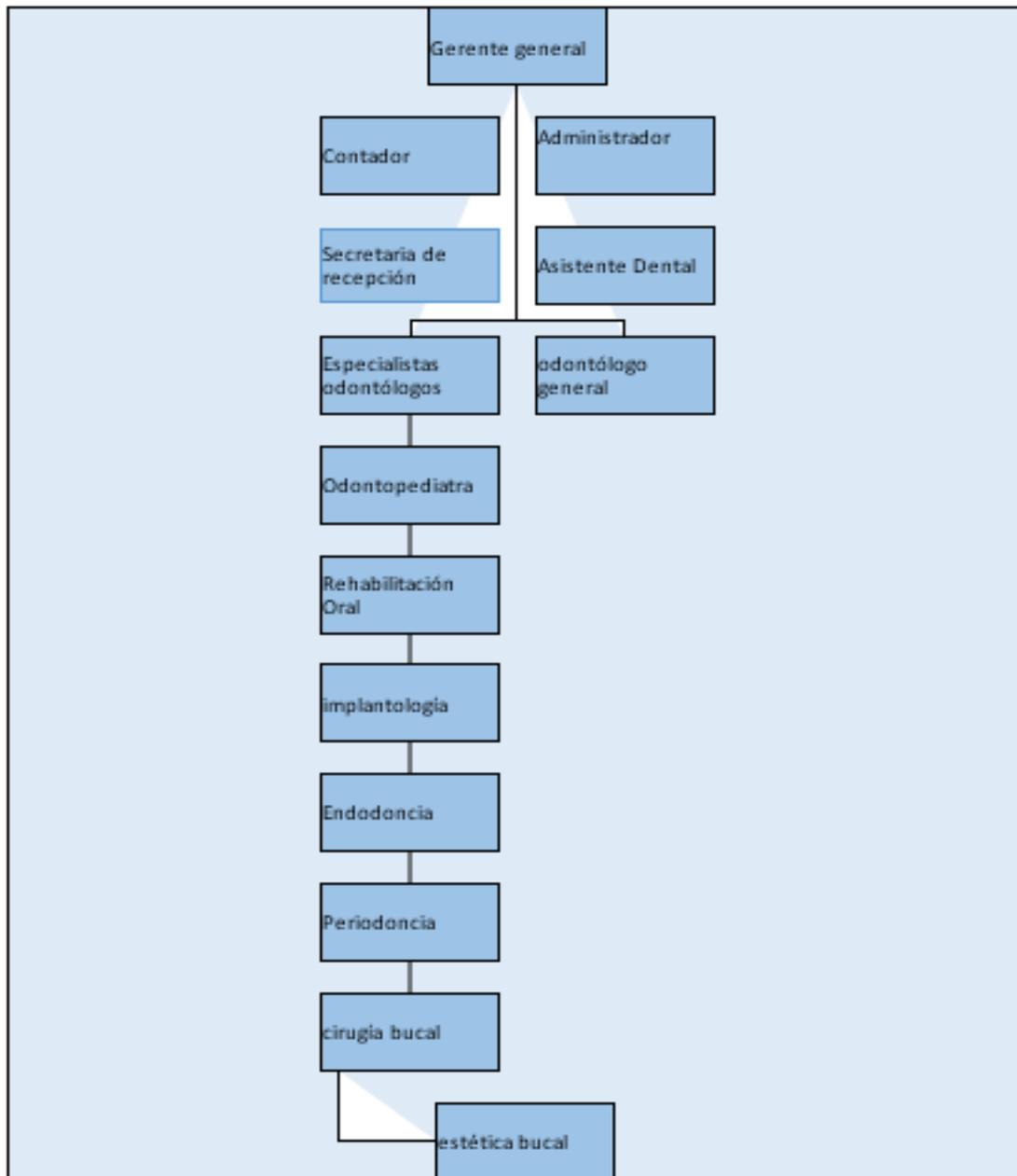
Presupuesto				
Código	Descripción	Unidad	Cantidad	Total
1	Programar la reunión con la gerencia en el área de ventas	3	10	30

2	Publicidad	300	2	600
3	copias	0.1	50	5.0
4	impresiones	0.1	20	2.0
5	horas extras del encargado	1	50	50
			Total	S/687.00

PROCEDIMIENTOS PARA CAPTAR CARTERA DE CLIENTES.



ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA



Organigrama estructural de la empresa prestadora de servicios odontológicos.

La empresa cuenta con diferentes especialistas que son: Odontología general, Odontopediatría, rehabilitación oral, implantes, endodoncia, periodoncia, cirugía bucal, estética dental, que realizará los respectivos tratamientos a los pacientes de acuerdo con el tratamiento, procedimiento establecido.

Anexo 3: Instrumento cuantitativos



Facultad de Ingeniería y Negocios

FICHA DE EVALUACIÓN DEL REGISTRO DOCUMENTAL

Título del documento:	Estados financieros	
Período o año:	2018-2019-2020	
Objetivo del documento:	Descripción del documento:	El documento responde al área o institución:
Los documentos tienen como finalidad mostrar la situación financiera de la empresa se analizará las ratios que nos permita ver la situación en que se encuentra la empresa en los periodos 208, 2019 y 2020. Además, se demuestra que existe un problema de rentabilidad los cuales indican que hay pérdida y no hay utilidad.	Los documentos que se tomaron son los Estados de situación financiera y estados de resultados. se realizará una comparación de los periodos 2018, 2019 y 2020 para la toma de decisiones.	Los documentos corresponden al área de contabilidad que brinda toda la información para ser analizada.

N°	Documentos	Descripción	Registro documental	Formula	%	Interpretación
1	Estado de Resultados	El estado de situación financiera es un documento contable que permite conocer los activos, pasivos y patrimonio neto con que cuenta la empresa a fin de un periodo, conocido anteriormente	Análisis vertical 2018-2019-2020	<p>Gastos de venta</p> <p>2020 = $\frac{\text{Gastos de Venta}}{\text{Ventas}} = \frac{14512.00}{301,601.00} =$</p> <p>2019 = $\frac{\text{Gastos de Ventas}}{\text{Ventas}} = \frac{26287.00}{103.023.00} =$</p> <p>2018 = $\frac{\text{Gastos de ventas}}{\text{Ventas}} = \frac{11,187.00}{11,926.00} =$</p>	5% -26% -94%	Según los resultados analizados en el año 2018, tiene un 5% sobras las ventas realizadas, los gastos de venta aumentó en los últimos periodos al 26% a 94% dichos gastos fueron excesivos por la falta de control.

Título del documento:	Ratio de Rentabilidad	
Período o año:	Año 2020,2019,2018	
Objetivo del documento:	Descripción del documento:	El documento responde al área de:
Conocer los porcentajes reales de la rentabilidad de la empresa en los tres últimos años, respaldados con los ratios de rentabilidad	Las ratios de rentabilidad están desarrolladas, a través de los Estados financieros de los tres últimos años, con la finalidad de calcular la variedad de la rentabilidad que la empresa presentó en dichos periodos.	Contabilidad

Nro.	DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN	REGISTRO DOCUMENTAL	FÓRMULA	%	Interpretación
	Estado de	El estado de situación financiera es un documento		Rentabilidad sobre los Activos (ROA) $2020 = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} = \frac{-38,479.00}{150,300} = -26\%$	-26%	Los resultados obtenidos para el año 2020 fueron de -26% negativos, por lo que no existe ninguna rentabilidad, debido a

1	situación financiera - Estado de Resultados	contable que permite conocerlos activos, pasivos y patrimonio neto que cuenta la empresa a fin de un año	Ratio de Rentabilidad	2019=	<u>-36,197.00</u>	=	causas internas como externas Según los resultados analizados en el año 2019 se obtuvo pérdida de -17 % Según el análisis para el año 2018, se puede decir que por cada sol que la empresa invierte en sus activos, el rendimiento que genera es de 6% sobre la inversión.
					<u>Utilidad Neta</u>		
					Activo Total	207,334	
				2018=	<u>Utilidad Neta</u>	= <u>13,605.00</u>	
		<u>Activo Total</u>	246,988				
							6%

				2020	= <u>Utilidad Neta</u>	=	<u>-38,479</u>		-27%	<p>Para el año 2020, los resultados obtenidos para el año fueron negativos, es decir que dichos resultados no son favorables debido que no existe un control adecuado en la empresa a decir que dichos resultados no son razonables</p> <p>La empresa para el año 2019 también obtuvo perdida debido que no existe un control adecuado de los gastos que se realiza en la empresa</p> <p>Por cada sol que invierte sobre el patrimonio genero 6%. , esto quiere decir que la empresa si gestiona de manera adecuada los gastos que se realizan la empresa</p>
					Patri. Neto		141,502	=		
				2019	= <u>Utilidad Neta</u>	=	<u>-36,197.00</u>		-20%	
					Patri. Neto		181,982	=		
				2018	= <u>Utilidad Neta</u>	=	13,605		6%	
					Patri. Neto		221,870	=		

Anexo 4: Instrumento cualitativo



Universidad
Norbert Wiener

Facultad de Ingeniería y Negocios

CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE CONTENIDO DE LA ENTREVISTA GERENTE, CONTADOR, ASISTENTE ADMINISTRATIVO

N°.	Formulación de los ítems/ preguntas abiertas	Pertinencia:		Relevancia:		Construcción gramatical:		Observaciones	Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No		
1	¿Cómo es el proceso del control de gastos en la empresa?	X		X		X			
2	¿Por qué es importante la implementación de nuevos equipos, materiales e insumos en la empresa?	X		X		X			
3	¿La empresa tiene y aplica manual de políticas de gastos administrativos?	X		X		X			
4	¿En qué beneficia el aumento de Margen de utilidad en la empresa?	X		X		X			
5	¿Cuáles son los gastos más frecuentes en que incurre la empresa?	X		X		X			
6	¿Cómo se encuentra la rentabilidad sobre las ventas en la empresa?	X		X		X			
7	¿Cuál es su punto de vista acerca de la rentabilidad sobre la inversión que tiene la empresa?	X		X		X			
8	¿Por qué la rentabilidad es importante para la empresa?	X		x		X			

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DE LA ENTREVISTA:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Nombres y Apellidos	Irma Milagros Carhuacho Mendoza	DNI N°	40460914
Condición en la universidad	Docente	Teléfono / Celular	
Título profesional /Especialidad	Licenciada en Administración	Firma	
Grado Académico	Doctor		
Metodólogo/ temático	Temática	Lugar y fecha	Abril 2021

¹Pertinencia: La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: La pregunta abierta es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

³Construcción gramatical: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

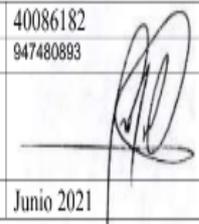
CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE REGISTRO DOCUMENTAL

N°.	Documentos	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Observaciones	Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No		
1	Estado de situación financiera 2018	X		X		X			
2	Estado de resultado 2018	X		X		X			
3	Estado de situación financiera 2019	X		X		X			
4	Estado de resultado 2019	X		X		X			
5	Estado de situación financiera 2020	X		X		X			
6	Estado de resultado 2020	X		X		X			

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL REGISTRO DOCUMENTAL:

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Nombres y Apellidos	Fernando Alexis Nolazco Labajos	DNI N°	40086182
Dirección domiciliaria	Av. Santa Ana 111 Comas	Teléfono / Celular	947480893
Título profesional / Especialidad	Licenciado en Educación	Firma	
Grado Académico	Doctor		
Metodólogo/ temático	Metodólogo	Lugar y fecha	Junio 2021

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Anexo 5: Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos



Facultad de Ingeniería y Negocios

CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE REGISTRO DOCUMENTAL

N°.	Documentos	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	Estado de situación financiera 2018	x		x		x			
2	Estado de situación financiera 2019	x		x		x			
3	Estado de situación financiera 2020	x		x		x			
4	Estados de resultados 2018	x		x		x			
5	Estados de resultados 2019	x		x		x			
6	Estado de resultados 2020	x		x		x			

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DEL REGISTRO DOCUMENTAL:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Nombres y Apellidos	Irma Milagros Carhuacho Mendoza	DNI N°	40460914
Condición en la universidad	Docente	Teléfono / Celular	

Título profesional /Especialidad	Licenciada en Administración	Firma	
Grado Académico	Doctor		
Metodólogo/ temático	Temática	Lugar y fecha	Abril 2021

¹Pertinencia: La pregunta abierta corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: La pregunta abierta es apropiado para representar al componente o subcategoría específica del constructo

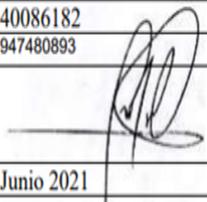
³Cosntrucción gramatical: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado de la pregunta, es abierta y permite que el entrevistado se desenvuelva.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DE LA ENTREVISTA:

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]** **Aplicable después de corregir []** **No aplicable []**

Nombres y Apellidos	Fernando Alexis Nolazco Labajos	DNI N°	40086182
Dirección domiciliaria	Av. Santa Ana 111 Comas	Teléfono / Celular	947480893
Título profesional / Especialidad	Licenciado en Educación	Firma	
Grado Académico	Doctor		
Metodólogo/ temático	Metodólogo	Lugar y fecha	Junio 2021

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la subcategoría



**Universidad
Norbert Wiener**

Facultad de Ingeniería y Negocios

CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE CONTENIDO DE LA ENTREVISTA GERENTE, CONTADOR, ASISTENTE ADMINISTRATIVO

N°.	Formulación de los ítems/ preguntas abiertas	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Construcción gramatical ³		Observaciones	Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No		
1	¿Cómo es el proceso del control de gastos en la empresa?	X		X		X			
2	¿De qué manera los recursos humanos influyen en la recaudación de los ingresos y gastos que tiene la empresa?	X		X		X			
3	¿Qué rubros consideran como gastos administrativos?	X		X		X			
4	¿Cuáles son los gastos de venta más frecuentes en que incurre la empresa?	X		X		X			
5	¿Es un objetivo principal de la empresa la reducción de los gastos que promueven la venta y que estrategias utiliza para conseguirlo?	X		X		X			
6	¿La empresa tiene y aplica algún manual de políticas de gastos venta?	X		X		X			
7	¿Cómo afecta los gastos administrativos y de venta en la rentabilidad de la empresa?	X		X		X			
8	¿Por qué la rentabilidad es importante para la empresa?	X		x		X			

CERTIFICADO DE EVALUACIÓN DE CONTENIDO DE LA ENTREVISTA GERENTE, CONTADOR, ASISTENTE ADMINISTRATIVO

N°.	Formulación de las ítems/ preguntas abiertas	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Estructura gramatical ³		Observaciones	Aprobado
		Si	No	Si	No	Si	No		
1	¿Cómo es el proceso del control de gastos en la empresa?	X		X		X			
2	¿De qué manera los recursos humanos influyen en la ecuación de los ingresos y gastos que tiene la empresa?	X		X		X			
3	¿Qué ítems consideran como gastos administrativos?	X		X		X			
4	¿Cuáles son los gastos de venta más frecuentes en que incurre la empresa?	X		X		X			
5	¿Es un objetivo principal de la empresa la reducción de los gastos que promueven la venta y que estrategias utiliza para conseguirlo?	X		X		X			
6	¿La empresa tiene y aplica algún manual de políticas de gastos venta?	X		X		X			
7	¿Cómo afecta los gastos administrativos y de venta en la rentabilidad de la empresa?	X		X		X			
8	¿Por qué la rentabilidad es importante para la empresa?	X		X		X			

OPINIÓN DE APLICABILIDAD DE LA ENTREVISTA:

Observaciones (prestar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Nombre y Apellido	Juli Ricardo Capacho Miranda	CIN ⁴	00001001
Condición en la universidad	Docente	Faltante / Código	0037000-00
Título profesional / Especialidad	Administrador / Finanzas	Firma	
Código Académico	Matrícula	Lugar y fecha	Lima 0000/000
Identificación académica	Temática		

¹Pertinencia: La pregunta abierta corresponde al concepto teórico temático.

²Relevancia: La pregunta abierta es apropiada para registrar el componente o subcategoría específica del constructo.

³Estructura gramatical: Se refiere a la utilidad alguna o ausencia de la pregunta, es decir y permite que el entrevistado se desentenda.

⁴Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando las preguntas formuladas son suficientes para medir la subcategoría.

Anexo 6: Fichas de validación de la propuesta



Anexo.....Ficha de validez de la propuesta

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: Implementación de estrategias de gastos operativos para el incremento de la rentabilidad en una empresa prestadora de servicios odontológicos, Lima 2021

Nombre de la propuesta: Implementación de estrategias

Yo, Mg. Paola Corina Julca Garcia identificado con DNI Nro. 10713347 Especialista en Contabilidad y Finanzas. Actualmente laboro en la Universidad Norbert Wiener, Ubicado en Lince, Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

Relevancia: Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

Construcción gramatical: se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	X		X		X			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	X		X		X			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	X		X		X			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación holística- mixta -proyectiva	X		X		X			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	X		X		X			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	X		X		X			
7	La propuesta presenta estrategias, tácticas y KPI explícitos y transversales a los objetivos	X		X		X			

8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	X		X		X			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	X		X		X			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	X		X		X			

Y después de la revisión opino que:

1. Es viable la propuesta
2.
3.

Es todo cuanto informo;



Mg. Paola Corina Julca Garcia

Fecha:.....

Apellidos y nombres:	Paola Corina Julca Garcia		
Profesional en:	Contabilidad - Contador Público	Máximo grado:	Maestra en Contabilidad y Finanzas
Experiencia en años:	15 Años	Experto en:	Contabilidad y Finanzas
DNI:	10713347	Celular:	945508639

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: Implementación de estrategias de gastos operativos para el incremento de la rentabilidad en una empresa prestadora de servicios odontológicos, Lima 2021

Nombre de la propuesta: Implementación de estrategias

Yo, CYNTHIA POLETT MANRIQUE LINARES identificado con DNI N^o 45491996 Especialista en CONTABILIDAD Y AUDITORIA Actualmente laboro en CONTRALORIA GENERAL DE LA REPUBLICA Ubicado en LIMA Procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, subcategoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

Relevancia: Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

Construcción gramatical: se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ Ingeniería.	X		X		X			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	X		X		X			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	X		X		X			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación holística- mixta -proyectiva	X		X		X			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	X		X		X			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	X		X		X			
7	La propuesta presenta estrategias, tácticas y KPI explícitos y transversales a los objetivos	X		X		X			

8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	X		X		X			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	X		X		X			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	X		X		X			

Y después de la revisión opino que:

1. La investigación cumple con lo solicitado.
2.

Es todo cuanto informo;



Firma

Fecha: 12 de Julio del 2021

Apellidos y nombres:	CYNTHIA POLETT MANRIQUE LINARES		
Profesional en:	CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS	Máximo grado:	MAGISTER
Experiencia en años:	9 AÑOS	Experto en:	CONTABILIDAD Y AUDITORIA
DNI:	45491996	Celular:	951917571



Universidad
Norbert Wiener

Ancón.....Fecha de validez de la propuesta

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Toda la información fundamentada de extrínsecos de estos antecedentes sobre el incremento de la sustentabilidad en una carrera profesional de niveles administrativos, Lima 2021

Nombre de la carrera: Fundamentación de extrínsecos

Vs. Mg. Fredy Carlos Alva García (Identificación 000106), (DPT0047) Especialista en Contabilidad y Finanzas, Asesoramiento técnico en la Universidad Norbert Wiener.

Ubicado en línea, Precedo a revisar la correspondencia entre la propuesta, sub-temas y temas bajo los criterios:

Relevancia: La propuesta es relevante ante el problema y la solución.

Relevancia: La plausibilidad de la propuesta frente a los objetivos.

Contribución potencial: La propuesta es innovadora respecto a los contenidos de la propuesta.

N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Contribución potencial		Observaciones	Aprobación
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas/ la gestión.	X		X		X			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad del estado.	X		X		X			
3	La propuesta se encuentra en un diagnóstico preciso.	X		X		X			
4	Se justifica la propuesta como bien importante de la investigación (científica-técnica-aplicada).	X		X		X			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	X		X		X			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática.	X		X		X			
7	La propuesta presenta estrategias, técnicas y KPIs viables a implementar a las acciones.	X		X		X			



8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsable de las diversas actividades.	X		X		X			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad.	X		X		X			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito.	X		X		X			

Y después de la revisión opino que:

1. Es viable la propuesta
2.
3.

En todo cuanto informo:

Alfonso

Mg. Fredy Carlos Alva García

Fecha:.....

Aprobado y nombre	Mg. Fredy Carlos Alva García		
Profesional en:	Contabilidad - Comercio Público	Máximo grado	Máster en Contabilidad y Finanzas
Experiencia en años	15 Años	Experiencia en:	Contabilidad y Finanzas
DNI:	80113411	Celular:	945886349



Acerca.....Fecha de validez de la propuesta

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la Investigación: **Implementación de estrategias de Gestión Operativa para el Incremento de la rentabilidad en una empresa manufacturera. Línea 2011.**

Nombre de la institución:

Vs. **Julio Ricardo Cepeda Miranda** (Identificado con DNI Nro 00401103). Especialista en..... Finanzas. Adscrito al área de Universidad Salud Winner.....

Usando en Línea. Procedo a certificar la correspondencia entre los contenidos del currículo, del programa y área bajo los criterios:

Relevancia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

Observación: La propuesta aporta a los objetivos.

Coherencia gramatical: se certifica que el contenido cumple los requisitos de la propuesta.

N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Coherencia gramatical		Observaciones	Requerida
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta es fundamentada en las ciencias administrativas/legales/la.	x		x		x			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estado.	x		x		x			
3	La propuesta se menciona en un diagnóstico previo.	x		x		x			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación (teórica- teoría-aplicada).	x		x		x			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	x		x		x			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática.	x		x		x			
7	La propuesta presenta estrategias, acciones y KPI aplicables y relacionados a los objetivos.	x		x		x			

8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsable de las diversas actividades.	x		x		x			
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad.	x		x		x			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito.	x		x		x			

V después de la revisión optar que:

1.
2.
3.

En todo caso se declara:



 Firma

Fecha: 14/01/2021

Aptitud y nombre:	Capriela Miranda, Julia Escobar		
Profesional en:	Administración	Máximo grado:	Máximo
Experiencia en años:	20	Experiencia:	Financiera
DNI:	00401103	Celular:	983300049

Anexo 7: Base de datos (instrumento cuantitativo)

EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS

ODONTOLÓGICOS

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA			
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018 -2019-2020			
(En Nuevos Soles)			
ACTIVOS	2018	2019	2020
ACTIVOS CORRIENTES			
Efectivo y equivalentes de efectivo	104,094.00	92,084.00	36,815.00
Cuentas por cobrar comerciales terceros	34,864.00		
Otras cuentas por cobrar			
materiales auxiliares, , sumin. Y respuestos	14,261.00	11,761.00	9,161.00
otros activos corrientes	4,719.00	13,394.00	12,629.00
Total activos corrientes	157,938.00	117,239.00	58,605.00
Activos no corrientes			
Inmuebles, Maquinaria y Equipo (Neto)	186,536.00	206,153.00	207,753.00
Propiedades, planta y equipo (neto)	-107,301.00	-125,873.00	-125,873.00
Activos Intangibles (neto)			
Activo diferido	9,815.00	9,815.00	9,815.00
Total activos no corrientes	89,050.00	90,095.00	91,695.00
TOTAL ACTIVO	246,988.00	207,334.00	150,300.00
PASIVO			
Trib y apor sis pen y salud p pagar	4,716.00	1,253.00	1,298
remuneraciones y participaciones por pagar		19,775.00	7,500.00
Total de pasivo corriente	4,716.00	21,028.00	8,798.00
Pasivo no corriente			
provisiones	19,775.00		
pasivo diferido	618.00	4,324.00	
TOTAL DE PASIVO	25,109.00	25,352.00	8,798.00
PATRIMONIO			
Capital	48,233.00	48,233.00	48,233.00
Resultados acumulados	159,849.00	169,946.00	131,748.00
Utilidad del ejercicio	13,797.00	-36,197.00	-38,479.00
Total de patrimonio	221,879.00	181,982.00	141,502.00
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	246,988.00	207,334.00	150,300.00

ESTADO DE RESULTADOS

	2018	2019	2020
Ingresos	301,601	103,023	11,926
Costo del servicio	-255,438	-49,984	-5,942
UTILIDAD BRUTA	46,163	53,039	5,984
Gastos de ventas	-14,512	-26,287	-11,187
Gastos de administración	-12,417	-62,947	-33,439
UTILIDAD OPERATIVA	19,234	-36,195	-38,642
(+) otros ingresos gravados		2.00	27
(-) gastos diversos	-71.00	-4.00	-9
RESULTADO ANTES DE PARTICIPACIONE	19,163	-36,197	-38,624
Gasto por impuesto a las ganancias	-5,557		
GANANCIA NETA DEL EJERCICIO	13,606	-36,197	-38,624

Anexo 8: Transcripción de las entrevistas o informe del análisis documental



**Universidad
Norbert Wiener**

Guía de entrevista

(Instrumento cualitativo)

Datos:

Cargo o puesto en que se desempeña:	Gerente general
Nombres y apellidos	Luz E. Blanco García
Código de la entrevista	Entrevistado 1 (Entrev.1)
Fecha	01/06/2021
Lugar de la entrevista	Oficina

Nro.	Subcategoría	Preguntas de la entrevista
1	Gastos Administrativos	¿Cómo es el proceso del control de gasto en la empresa?
2		¿De qué manera los recursos humanos influyen en la recaudación de los ingresos y gastos que tiene la Empresa?
3		¿Qué rubros consideran como gastos administrativos?
4	Gastos de venta	¿Cuáles son los gastos de venta más frecuentes en que incurre la empresa?
5		¿La reducción de gastos de venta debe ser un objetivo principal de la empresa ¿
6		¿La empresa tiene y aplica manual de políticas de gastos venta?
7	Ratios de Rentabilidad	¿cómo afecta los gastos administrativos y de venta en la rentabilidad de la empresa?
8		¿Por qué la rentabilidad es importante para la empresa?

Matriz de respuestas

ro.	Preguntas y Respuestas
1	<p>¿Cómo es el proceso del control de gasto en la empresa?</p> <p>En realidad, si se hacen gastos para la compra de materiales por ejemplo lo tenemos que hacer porque nos gusta usar materiales que garanticen nuestro trabajo, no se puede escatimar, pero también tratamos de manejar las compras de productos y servicios a través de cotizaciones de varias casas dentales o empresas quienes hacen el mantenimiento de nuestros equipos y la recolección de biomateriales de deshecho.</p>
2	<p>¿De qué manera los recursos humanos influyen en la recaudación de los ingresos y gastos que tiene la Empresa?</p> <p>Los recursos humanos son el eje central de nuestra recaudación, su influencia es directamente proporcional al ingreso percibido y también a los gastos que se realiza. Por ejemplo, nosotros tenemos especialistas a quienes se le paga más porque su trabajo también es más especializado y costoso como por ejemplo cirugías, endodoncias implantes u ortodoncias, tenemos odontólogos generales cuyo trabajo es realizar tratamientos convencionales que son curaciones o limpiezas cuyos precios son más bajos, pero ese mismo hecho hace que se pague más a un especialista y un poco menos a un odontólogo general.</p>
3	<p>¿Qué rubros consideran como gastos administrativos?</p> <p>El porcentaje que se queda la clínica y el Hospital, el pago al personal administrativo, pago a los especialistas el pago de los servicios básico.</p>
4	<p>¿Cuáles son los gastos de venta más frecuentes en que incurre la empresa?</p> <p>Los gastos que me permitan generar más ventas como por ejemplo el gasto de publicidad que lo realizamos mensualmente o cuando amerita la promoción de nuestros servicios en la TV nosotros solo tenemos que aportar y el pago marketing..</p>
5	<p>¿Es un objetivo principal de la empresa la reducción de gastos que promueven la venta y qué estrategias utiliza para conseguir este objetivo?</p> <p>Si, tratamos de gastar lo que se considera necesario, la empresa por esa parte trata de cumplir con los pagos que indudablemente sabemos que generarán gastos, pero sabemos que es nuestra responsabilidad, de esos pagos se encarga la contadora. Sin embargo, también debo manifestar que existen gastos como el de marketing por ejemplo que promueven nuestras ventas, estos gastos se pagan directamente a la clínica o al Hospital para que sean ellos quienes gestionan todo el tema de publicidad.</p>

6	<p>¿La empresa tiene y aplica algún manual de políticas de gastos venta?</p> <p>La empresa no tiene manual de políticas lo que si es que nos gustaría que a medida que pase el tiempo podamos controlar mejor los egresos producto de algunos gastos innecesarios. Por otro lado, a la empresa le falta una implementación de estrategias que le permita controlar los gastos innecesarios que se realizan en la empresa.</p>
7	<p>¿Cómo afecta los gastos administrativos y de venta en la rentabilidad de la empresa?</p> <p>Afectan de forma negativa, tanto así que, si estos no se controlan bien, una empresa corre el riesgo de quebrar y cerrar, creo que allí radica la importancia de un manual de proceso permite distribuir mejor nuestros gastos.</p>
8	<p>¿Por qué la rentabilidad es importante para la empresa?</p> <p>Toda empresa en el campo Odontológico tiene como objetivo crecer y brindar una atención de calidad, pero de la mano a este proceso también debe generar las ganancias respectivas, esa es la razón de toda empresa que no solo se recupere la inversión, sino que también se consiga dividendos que nos permitan reinvertir y mejorar nuestros servicios</p>

Datos:

Cargo o puesto en que se desempeña:	Asistente Administrativa
Nombres y apellidos	Adriana
Código de la entrevista	Entrevistado 2 (Entrev.2)
Fecha	05/06/2021
Lugar de la entrevista	online

Nro.	Subcategoría	Preguntas de la entrevista
1	Gastos Administrativos	¿Cómo es el proceso del control de gasto en la empresa?
2		¿De qué manera los recursos humanos influyen en la recaudación de los ingresos y gastos que tiene la Empresa?
3		¿Qué rubros consideran como gastos administrativos?
4	Gastos de venta	¿Cuáles son los gastos de venta más frecuentes en que incurre la empresa?
5		¿La reducción de gastos de venta debe ser un objetivo principal de la empresa?

6		¿La empresa tiene y aplica manual de políticas de gastos venta?
7		¿Cómo afecta los gastos administrativos y de venta en la rentabilidad de la empresa?
8	Ratios de Rentabilidad	¿Por qué la rentabilidad es importante para la empresa?

Matriz de respuestas

Nro.	Preguntas y Respuestas
1	<p>¿Cómo es el proceso del control de gasto en la empresa?</p> <p>La empresa de odontología no tiene un proceso de control de gastos. A la empresa le falta implementar estrategias, para así poder controlar los gastos que inciden en ello. Así poder tener una rentabilidad favorable.</p>
2	<p>¿De qué manera los recursos humanos influyen en la recaudación de los ingresos y gastos que tiene la empresa?</p> <p>Es muy importante la participación de los recursos humanos, no solo en la generación de ingresos, si no también darles una buena atención a los pacientes ofreciendo nuevas innovaciones en la salud bucal, para esto es necesario contar con personal capacitado y especializado para el desarrollo de la empresa y nosotros estas capacitaciones más que un gasto lo vemos como una inversión.</p>
3	<p>¿Qué rubros consideran como gastos administrativos?</p> <p>Dentro de los gastos administrativos consideramos aquellos gastos tales como son: sueldo contable y administrativo ya que ellos no influyen directamente en el proceso de servicio, también útiles de oficina, alquiler de local, honorarios de servicio entre otros.</p>
4	<p>¿cuáles son los gastos de venta más frecuentes en que incurre la empresa?</p> <p>Los gastos de venta que incurren directamente son aquellos que están relacionados al servicio que ayudan a promocionar y elevar el volumen de ventas: como por ejemplo los gastos de publicidad, sueldo de los empleados que atiende a los pacientes, empaque, tarjeta de historias.</p>
5	<p>¿La reducción de gastos de venta debe ser un objetivo principal de la empresa?</p> <p>La reducción de los gastos de ventas debe ser un objetivo dentro de la empresa, para así lograr una rentabilidad adecuada generando mayores perspectivas de beneficio económico generadas por las ventas.</p>
6	<p>¿La empresa tiene y aplica manual de políticas de gastos venta?</p> <p>La empresa no cuenta con un manual establecido para controlar los gastos de venta. Esto es un punto importante ya que requiere aplicación de parámetros establecidos dentro del manual para poder</p>

	controlar y distribuir de manera adecuada los gastos.
7	<p>¿Cómo afecta los gastos administrativos y de venta en la rentabilidad de la empresa?</p> <p>Los gastos de venta y administración afectan directamente a la rentabilidad por los excesivos aumentos en las partidas se obtiene una rentabilidad no adecuada, lo cual ello obliga a incrementar las ventas para poder parcializar los gastos y generar una mejor rentabilidad empresarial.</p>
8	<p>¿Por qué la rentabilidad es importante para la empresa?</p> <p>La rentabilidad es muy importante porque nos permite generar proyecciones a futuro como también a toma de decisiones. eso quiere decir que la empresa está yendo por un buen camino. En caso si la empresa tuviera perdida varios años corre la posibilidad que llegue a cerrar.</p>

Datos:

Cargo o puesto en que se desempeña:	Contadora
Nombres y apellidos	Mercedes
Código de la entrevista	Entrevistado 3 (Entrev.3)
Fecha	06/06/2021
Lugar de la entrevista	online

Nro.	Sub categoría	Preguntas de la entrevista
1	Gastos Administrativos	¿Cómo es el proceso del control de gasto en la empresa?
2		¿De qué manera los recursos humanos influyen en la recaudación de los ingresos y gastos que tiene la Empresa?
3		¿Qué rubros consideran como gastos administrativos?
4	Gastos de venta	¿Cuáles son los gastos de venta más frecuentes en que incurre la empresa?
5		¿La reducción de gastos de venta debe ser un objetivo principal de la empresa?
6		¿La empresa tiene y aplica manual de políticas de gastos venta?
7		¿Cómo afecta los gastos administrativos y de venta en la rentabilidad de la empresa?
8	Ratios de Rentabilidad	¿Por qué la rentabilidad es importante para la empresa?

Matriz de respuestas

ro.	Preguntas y Respuestas
1	<p>¿Cómo es el proceso del control de gasto en la empresa?</p> <p>El proceso de control de gastos de la empresa es una estrategia financiera que consiste en llevar un adecuado control que le permita a la empresa tener una rentabilidad positiva es decir evitar los gastos innecesarios y conseguir mayores beneficios para nuestra empresa.</p>
2	<p>¿De qué manera los recursos humanos influyen en la recaudación de los ingresos y gastos que tiene la Empresa?</p> <p>Influyen de forma positiva pero también negativa, porque para que una empresa funcione de la mejor manera y tenga una buena recaudación es necesario contar con un personal capacitado y de excelencia, estos recursos humanos influyen mucho en la generación de ingresos y por ese motivo se debe tomar las mecanismos y filtros necesarios para la contratación del personal profesional idóneo para la prestación del servicio ya que de otra manera un mal servicio podría generar un valor negativo o excesivos egresos perjudicando económicamente a la Empresa.</p>
3	<p>¿Qué rubros consideran como gastos administrativos?</p> <p>Los rubros que consideramos como gastos administrativos son los salarios, la depreciación de nuestros equipos y materiales de oficina, las bonificaciones, servicios básicos, seguros, AFP y ONP de los trabajadores, capacitaciones, caja chica.</p>
4	<p>¿Cuáles son los gastos de venta más frecuentes en que incurre la empresa?</p> <p>Los gastos más frecuentes que realizamos son los gastos de propaganda y publicidad, así como los desembolsos que realizamos al área comercial y administrativa de la Clínica y del Hospital de Solidaridad para el soporte técnico y el asesoramiento.</p>
5	<p>¿Es un objetivo principal de la empresa la reducción de gastos que promueven la venta y qué estrategias utiliza para conseguir este objetivo?</p> <p>Si, por supuesto ese es uno de nuestros grandes objetivos en la Empresa reducir los gastos y las estrategias están encaminadas a realizar un seguimiento permanente de las compras que se realiza, definir un presupuesto y porque no realizar un pronóstico de las ventas mensualmente, debemos eliminar toda actividad que genere gastos y no aportan ningún beneficio a la Empresa.</p>

6	<p>¿La empresa tiene y aplica cuenta manual de políticas de gastos ventas?</p> <p>La empresa no cuenta con un manual de políticas gastos ventas que especifique el manejo de los gastos que se realiza en la empresa. Sabemos de su importancia ya que te permite cuánto cobrar para ser rentable y generar ganancias. Pero como saben esos precios nos impone la clínica y el Hospital, nosotros no podemos subirlos y bajarlos.</p>
7	<p>¿Cómo afecta los gastos administrativos y de venta en la rentabilidad de la empresa?</p> <p>Esto afecta en la parte financiera, en su liquidez, pero sabemos también que la mayoría de estos gastos son necesarios ya que sin ellos la Empresa no podría funcionar.</p>
8	<p>¿Por qué la rentabilidad es importante para la empresa?</p> <p>La rentabilidad es de suma importancia ya que es uno de los indicadores financieros que nos permite medir la capacidad adquisitiva que tiene la Empresa, si ésta es capaz de generar retornos de inversión para invertir en nuevos proyectos.</p>

Anexo 9: Pantallazos del Atlas. Ti

The screenshot displays the Atlas.ti software interface. The top menu bar includes options like 'Archivo', 'Inicio', 'Buscar & Codificar', 'Analizar', 'Importar & Exportar', 'Herramientas', 'Ayuda', 'Documento', 'Herramientas', and 'Vista'. Below the menu is a toolbar with various icons for document management and analysis. The main workspace is divided into three sections: 'Explorador del proyecto' (Project Explorer) on the left, a central table of interview questions, and a right-hand pane for annotations or comments. The table lists several questions related to company expenses and profitability.

Linea	Preguntas de la entrevista
125	
126	
129	¿Cómo es el proceso del control de gasto en la empresa?
130	¿De qué manera los recursos humanos influyen en la recaudación de los ingresos y gastos que tiene la Empresa?
136	¿Qué rubros consideran como gastos administrativos?
139	¿Cuáles son los gastos de venta más frecuentes en que incurre la empresa?
143	¿La reducción de gastos de venta debe ser un objetivo principal de la empresa ¿
146	¿La empresa tiene y aplica manual de políticas de gastos venta?
149	¿cómo afecta los gastos administrativos y de venta en la rentabilidad de la empresa?
155	¿Por qué la rentabilidad es importante para la empresa?
156	
157	
158	

