



UNAP



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
DOCTORADO EN CIENCIAS EMPRESARIALES**

TESIS

**LAS VENTAS Y LOS RESULTADOS DEL EJERCICIO DE LA
EMPRESA SOCOPUR S.A.C. PERIODO 2019 - 2021**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN CIENCIAS
EMPRESARIALES**

PRESENTADO POR: WERNER ANTONIO RODRÍGUEZ MORI

ASESOR: ECON. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR, DR.

IQUITOS, PERÚ

2023



UNAP



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
DOCTORADO EN CIENCIAS EMPRESARIALES**

TESIS

**LAS VENTAS Y LOS RESULTADOS DEL EJERCICIO DE LA
EMPRESA SOCOPUR S.A.C. PERIODO 2019 - 2021**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE DOCTOR EN CIENCIAS
EMPRESARIALES**

PRESENTADO POR: WERNER ANTONIO RODRÍGUEZ MORI

ASESOR: ECON. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR, DR.

IQUITOS, PERÚ

2023



UNAP

**Escuela de Postgrado
"Oficina de Asuntos
Académicos"**



**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS
N°111-2023-OAA-EPG-UNAP**

En Iquitos, en la plataforma virtual institucional de la Escuela de Postgrado (EPG) de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana (UNAP), a los veintisiete días del mes de setiembre de 2023, a horas 12:00 m., se dio inicio a la sustentación de la tesis denominada "LAS VENTAS Y LOS RESULTADOS DEL EJERCICIO DE LA EMPRESA SOCOPI S.A.C. PERIODO 2019 - 2021", aprobado con Resolución Directoral N°1123-2023-EPG-UNAP, presentado por el egresado **WERNER ANTONIO RODRIGUEZ MORI**, para optar el **Grado Académico de Doctor en Ciencias Empresariales**, que otorga la UNAP de acuerdo a la Ley Universitaria 30220 y el Estatuto de la UNAP.

El jurado calificador designado mediante Resolución Directoral N°0928-2023-EPG-UNAP, está conformado por los profesionales siguientes:

CPC. Hugo Luis Zevallos Egoavil, Dr.	(Presidente)
Econ. Pedro Lito Rivera Cardozo, Dr.	(Miembro)
CPC. Edgar Alberto Solsol Hidalgo, Dr.	(Miembro)

Después de haber escuchado la sustentación y luego de formuladas las preguntas, éstas fueron respondidas: SATISFACTORIAMENTE

Finalizada la evaluación; se invitó al público presente y al sustentante abandonar el recinto; y, luego de una amplia deliberación por parte del jurado, se llegó al resultado siguiente:

La sustentación pública y la tesis han sido: APROBADAS con calificación EXELENTE

A continuación, el Presidente del Jurado da por concluida la sustentación, siendo las 1:30 p.m. del veintisiete de setiembre de 2023; con lo cual, se le declara al sustentante APTO, para recibir el **Grado Académico de Doctor en Ciencias Empresariales**.

CPC. Hugo Luis Zevallos Egoavil, Dr.
Presidente

Econ. Pedro Lito Rivera Cardozo, Dr.
Miembro

CPC. Edgar Alberto Solsol Hidalgo, Dr.
Miembro

Econ. Freddy Martín Pinedo Manzur, Dr.
Asesor

Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonía del Perú, rumbo a la acreditación

Calle Los Rosales cuadra 5 s/n, San Juan Bautista, Maynas, Perú
Teléfono: (5165) 261101 Correo electrónico: postgrado@unapiquitos.edu.pe www.unapiquitos.edu.pe



TESIS APROBADA EN SUSTENTACIÓN PÚBLICA DEL DÍA 27 MES SEPTIEMBRE AÑO 2023, EN LA PLATAFORMA VIRTUAL MEET INSTITUCIONAL DE LA ESCUELA DE POSTGRADO (EPG) DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONÍA PERUANA (UNAP), EN LA CIUDAD DE IQUITOS – PERÚ.

CPC. HUGO LUIS ZEVALLOS EGOAVIL, DR.
PRESIDENTE

ECON. PEDRO LITO RIVERA CARDOZO, DR.
MIEMBRO

CPC. EDGAR ALBERTO SOLSOL HIDALGO, DR.
MIEMBRO

ECON. FREDDY MARTÍN PINEDO MANZUR, DR.
ASESOR

NOMBRE DEL TRABAJO

EPG_DOCTORADO_TESIS_RODRIGUEZ M
ORI WERNER ANTONIO.pdf

AUTOR

WERNER ANTONIO RODRIGUEZ MORI

RECuento de palabras

11948 Words

Recuento de caracteres

57942 Characters

Recuento de páginas

46 Pages

Tamaño del archivo

841.9KB

Fecha de entrega

May 22, 2023 12:46 PM GMT-5

Fecha del informe

May 22, 2023 12:46 PM GMT-5

● **13% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 13% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

A Dios por darme fortaleza. A mis padres Richard y Nériida, docentes de profesión. A mis hijos que son mi fuerza y motivación para conseguir los objetivos.

AGRADECIMIENTO

A mi madre doña Nérida Mori Sotomarino de Rodríguez, por su apoyo incondicional en cada momento y trayectoria para lograr esta tesis doctoral.

A mis hermanos, primos y demás familiares que me motivaron a seguir adelante.

A mi Asesor de Tesis Dr. Freddy Martín Pinedo Manzur, a quien, con el transcurrir de los años, aprendí a considerar como un mentor.

A todas las personas que me acompañaron en este proceso de desarrollo de la tesis doctoral.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Páginas
Carátula	i
Contracarátula	ii
Acta de sustentación	iii
Jurado	iv
Resultado del informe de similitud	v
Dedicatoria	vi
Agradecimiento	vii
Índice de contenido	viii
Índice de tablas	x
Índice de gráficos	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
Resumo	xiv
INTRODUCCIÓN	01
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	04
1.1 Antecedentes	04
1.2 Bases teóricas	08
1.3 Definición de términos básicos	10
CAPÍTULO II: VARIABLES E HIPÓTESIS	12
2.1 Variables y su operacionalización	12
2.2 Formulación de la hipótesis	13
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	15
3.1 Tipo y diseño de la investigación	15
3.2 Población y muestra	15
3.3 Técnicas e instrumentos	16
3.4 Procedimientos de recolección de datos	16
3.5 Técnicas de procesamiento y análisis de los datos	17

3.6 Aspectos éticos	18
---------------------	----

CAPÍTULO IV: RESULTADOS	19
--------------------------------	----

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	35
--	----

CAPÍTULO VI: PROPUESTA	38
-------------------------------	----

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES	40
-----------------------------------	----

CAPÍTULO VIII: RECOMENDACIONES	42
---------------------------------------	----

CAPÍTULO IX: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44
--	----

ANEXOS

1. Estadística complementaria.
2. Instrumento de recolección de datos.
3. Matriz de operacionalización de variables.
4. Matriz de consistencia.

ÍNDICE DE TABLAS

	Páginas
Tabla N° 01: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2019	19
Tabla N° 02: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2020	20
Tabla N° 03: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2021	21
Tabla N° 04: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC. por producto, periodo 2019	22
Tabla N° 05: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC. por producto, periodo 2020	23
Tabla N° 06: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC. por producto, periodo 2021	24
Tabla N° 07: Resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2019	25
Tabla N° 08: Resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2020	26
Tabla N° 09: Resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2021	27
Tabla N° 10: Relación entre las ventas y los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2019 - 2021	28
Tabla N° 11: Evolución de las ventas de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2019 - 2021	30
Tabla N° 12: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC. por producto, periodo 2019 - 2021	32
Tabla N° 13: Resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2019 - 2021	33

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Páginas
Gráfico N° 01: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2019	19
Gráfico N° 02: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2020	20
Gráfico N° 03: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2021	21
Gráfico N° 04: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC. por producto, periodo 2019	22
Gráfico N° 05: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC. por producto, periodo 2020	23
Gráfico N° 06: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC. por producto, periodo 2021	24
Gráfico N° 07: Resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2019	25
Gráfico N° 08: Resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2020	26
Gráfico N° 09: Resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2021	27
Gráfico N° 10: Relación entre las ventas y los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2019 - 2021	29
Gráfico N° 11: Evolución de las ventas de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2019 - 2021	31
Gráfico N° 12: Ventas de la empresa SOCOPUR SAC. por producto, periodo 2019 - 2021	32
Gráfico N° 13: Resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC., periodo 2019 - 2021	34

RESUMEN

La administración moderna postula que las mayores ventas no necesariamente implican un crecimiento de las utilidades, sino de la adecuada gestión de los costos. El objetivo de la presente tesis doctoral es establecer la existencia de relación entre las ventas y los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC., correspondiente a la serie de año comprendidas entre el 2019 y el 2021; es decir un año antes de la pandemia, otro durante la pandemia, y el último después de la pandemia. El tipo de investigación es Cuantitativa - Correlacional y posee un diseño No Experimental. Se concluye que existe una relación directa entre las ventas y los resultados de operación de la empresa durante los años antes citados, ya que el Coeficiente de Correlación fue $r = 0.986347411$; y el Coeficiente de Determinación fue $R^2 = 0.972881216$. Las ventas tuvieron un comportamiento variable a lo largo de los 36 meses que abarca el estudio, siendo julio del 2020 el mes en que se registró el mayor valor ascendiendo a S/. 4,584,933.00; gracias a la reapertura gradual de la economía después del cierre de marzo del mismo año. Los productos más vendidos fueron Llantas y Cámaras, habiéndose facturado el monto de S/. 24,815,935.44 (23.15%); seguido de Engranajes y Cadenas de Transmisión con S/. 16,598,119.83 (15.49%); y en tercer lugar Repuestos Para Motocicletas con S/. 13,742,85.49 (12.82%); sumando los tres grupos el 51.46% de las ventas. Los resultados de operación también fueron variables.

Palabras Clave: Ventas de la Empresa, Resultados de Operación, Productos Vendidos, Gestión de Inventarios.

ABSTRACT

Modern administration postulates that higher sales do not necessarily imply growth in profits, but rather proper cost management. The objective of this doctoral thesis is to establish the existence of a relationship between sales and the results of the year of the company SOCOPUR SAC., corresponding to the year series between 2019 and 2021; that is, one year before the pandemic, another during the pandemic, and the last one after the pandemic. The type of research is Quantitative - Correlational and has a Non-Experimental design. It is concluded that there is a direct relationship between the sales and the operating results of the company during the years, since the Correlation Coefficient was $r = 0.986347411$; and the Determination Coefficient was $R^2 = 0.972881216$. Sales had a variable behavior throughout the 36 months covered by the study, with July 2020 being the month in which the highest value was recorded, amounting to S/. 4,584,933.00; thanks to the gradual reopening of the economy after the closure of March of the same year. The most sold products were Tires and Tubes, having invoiced the amount of S/. 24,815,935.44 (23.15%); followed by Gears and Transmission Chains with S/. 16,598,119.83 (15.49%); and in third place Spare of Motorcycle with S/. 13,742,85.49 (12.82%); adding the three groups 51.46% of sales. The results of the operation were also variable.

Keywords: Company Sales, Operating Results, Products Sold, Inventory Management.

RESUMO

A administração moderna postula que vendas maiores não implicam necessariamente em crescimento de lucros, mas sim em gestão adequada de custos. O objetivo desta tese de doutorado é estabelecer a existência de uma relação entre as vendas e os resultados do ano da empresa SOCOPUR SAC., correspondente à série de anos entre 2019 e 2021; ou seja, um ano antes da pandemia, outro durante a pandemia e o último após a pandemia. O tipo de pesquisa é Quantitativo - Correlacional e tem um desenho Não Experimental. Conclui-se que existe uma relação direta entre as vendas e os resultados operacionais da empresa nos anos citados, pois o Coeficiente de Correlação foi $r = 0,986347411$; e o Coeficiente de Determinação foi $R^2 = 0,972881216$. As vendas tiveram um comportamento variável ao longo dos 36 meses abrangidos pelo estudo, sendo julho de 2020 o mês em que se registou o valor mais elevado, ascendendo a S/. 4.584.933,00; graças à reabertura gradual da economia após o fechamento de março do mesmo ano. Os produtos mais vendidos foram Pneus e Câmaras, tendo faturado o valor de S/. 24.815.935,44 (23,15%); seguido por Engrenagens e Correntes de Transmissão com S/. 16.598.119,83 (15,49%); e em terceiro lugar Repuestos Para Motocicletas com S/. 13.742.85,49 (12,82%); somando os três grupos 51,46% das vendas. Os resultados da operação também foram variáveis.

Palavras-chave: Vendas da Empresa, Resultados Operacionais, Produtos Vendidos, Gestão de Estoques.

INTRODUCCIÓN

La empresa SOCOPUR S.A.C. se dedica a la comercialización de vehículos automotores menores, equipos de fuerza, motores para motocicletas y trimóviles, cámaras y llantas, aceites y lubricantes, repuestos, entre otros, y se encuentra en el mercado del oriente peruano desde hace una década, periodo que le ha valido para convertirse en una de las principales, liderando las ventas a pesar de la competencia. Los departamentos del oriente peruano se caracterizan por la alta demanda de motocicletas, y para el transporte público se utilizan vehículos trimóviles, más conocidos como motocarros.

Normalmente, las ventas deberían influir positivamente en los resultados del ejercicio. Pero, se dan algunos casos donde, por más que se incrementen las ventas, las utilidades tienden a permanecer constantes o a decrecer. Es ahí donde resulta necesario profundizar el análisis para ver qué rubro, concepto u operación vienen originando la fuga de recursos. El periodo que contempla la presente investigación es 2019 – 2021, con la característica de que el año 2019 fue un año normal, en cambio el 2020 fue un año de pandemia producto del COVID – 19, y el año 2021 es considerado como un año post pandemia. Esta situación pandémica hizo que el gobierno cerrara la economía en marzo del 2020, con la consiguiente afectación negativa a las actividades económicas y la caída de las ventas a todo nivel.

Por otro lado, la empresa importa productos de China principalmente, pero el precio del alquiler y flete de los contenedores se ha venido incrementado en los últimos años, pasando de US\$ 2,000.00 a US\$ 16,000.00; situación que tiene un impacto negativo en el precio final de los productos debiendo incrementarse necesariamente, afectando también los márgenes de utilidad de la empresa.

Según su naturaleza, este estudio se clasifica como cuantitativo; pero, concordante con el nivel de explicación es correlacional. El objetivo general es determinar la relación entre las ventas y los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2019 - 2021; el mismo que es descompuesto mediante los siguientes objetivos específicos: analizar la evolución de las ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2019 - 2021; identificar los productos más vendidos por la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2019 - 2021; y analizar el comportamiento de los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2019 - 2021. Se postula como hipótesis general que las ventas se relacionan directamente con los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2019 - 2021; propuesta que es estudiada de manera puntual por intermedio de las hipótesis específicas siguientes: las ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C. tiene una evolución creciente en términos generales, en el periodo 2019 - 2021; los productos más vendidos por la empresa SOCOPUR S.A.C. son llantas y cámaras, en el periodo 2019 - 2021; y, los resultados del ejercicio tienen un comportamiento creciente en el periodo 2019 - 2021.

La justificación de la elaboración de la actual tesis doctoral, consiste en que La empresa SOCOPUR S.A.C. tiene como giro del negocio la venta de motocicletas, equipos de fuerza, motores, repuestos, lubricantes, entre otros, y muestra cierto liderazgo en Iquitos en este rubro gracias al crecimiento sostenido que posee. El año 2019 es considerado como un año normal empresarialmente hablando; pero, el año 2020 se vio afectado por el cierre de la economía con la posterior reapertura en los meses siguientes; y el 2021 es considerado como un año post pandemia. Las ventas en estos periodos han sido diferentes debido a los escenarios descritos; por lo tanto, los resultados del ejercicio también. En tiempos normales, una mayor venta impactará positivamente en los resultados de operación, pero esto no necesariamente sucede en situaciones distorsionadas por otros motivos. En la actualidad, no existen estudios ni informes que relacionen las ventas con los resultados de operación que abarquen el periodo pre, durante y post pandemia, que pueda comparar y evidenciar el comportamiento interno de las ventas, los productos

más vendidos, y cómo han evolucionado los resultados de operación. Por lo tanto, resulta sumamente importante llevar adelante la presente investigación por las razones expuestas. Además, sirve como una importante herramienta para la plana gerencial de la empresa que le lleve a corregir lo que se tenga que corregir, y a consolidar lo que está funcionando bien. Asimismo, sirve como material de consulta para futuras investigaciones.

Se llega a la conclusión que las ventas se relacionan positivamente con los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC., entre los años 2019 – 2021, corroborado con el Coeficiente de Correlación que es de $r = 0.986347411$; y con el Coeficiente de Determinación de $R^2 = 0.972881216$. Las ventas evolucionaron de forma variable mes a mes, creciendo en algunos y decreciendo en otros. El grupo de productos más vendido fue Llantas y Cámaras con S/. 24,815,935.44; significando el 253.15% Por otro lado, los resultados del ejercicio también mostraron un comportamiento variable a lo largo de todos los meses estudiados. Teniendo en cuenta lo expresado líneas arriba y después de la contrastación de las hipótesis, se llega a las conclusiones del estudio. Acto seguido se hallan las recomendaciones que buscan dar solución al problema planteado. En la referencia bibliográfica se mencionan los autores, así como el material estudiado, que sirvieron para armar el marco de la investigación.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes.

En el año 2021, se llevó a cabo una investigación de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, con una población conformada por todas las empresas existentes en el Perú en el año 2020, determinó que la demografía empresarial ha cambiado a raíz de la pandemia de COVID - 19, haciendo que muchas de ellas dejen de operar y retirándose del mercado; en cambio otras, optaron por cambiar de giro y seguir operando, guiadas por las necesidades del mercado. Las empresas que pudieron hacer frente con éxito fueron aquellas con amplia espalda financiera ya que, por lo menos tres meses no tuvieron ingresos por ventas, pero tuvieron que asumir el pago de la planilla del personal, así como los costos fijos, en detrimento del patrimonio. Por otro lado, la incertidumbre hacía más difícil la toma de decisiones en un escenario muy sombrío, ya que la falta de ingresos trajo consigo la ruptura de la cadena de pagos. Concluyó que el número de empresas en el Perú aumentó en 1.57% en el año 2020, a pesar del cierre de la economía y el golpe recibido por la pandemia, debido a que gran parte de las empresas que estaban a punto de cerrar, como por ejemplo las ligadas al rubro turismo, diversiones y similares, tuvieron que reconvertirse; es así que las discotecas se convirtieron en supermercados, otras pasaron a vender productos sanitarios con alta demanda como las mascarillas. El comercio al por menor fue la actividad económica con el mayor número de empresas dadas de baja, ya que se retiraron del mercado 11,638 representando el 25.60% del total. Según la organización jurídica, fueron 32,738 empresas las que dejaron de operar constituidas como personas naturales, significando el 72% del total. En cambio, las que venían operando como sociedades anónimas fueron dadas de baja 5,499 establecimientos, equivalente al 11.98% del total. Por otro lado, las nuevas empresas que iniciaron actividades en ese mismo año fueron las registradas como personas naturales. (Del Águila, 2021).

En el año 2021, se realizó una investigación de tipo cuantitativa, nivel correlacional, con una población conformada por 17,307,300 que pertenecen a la Población Económicamente Activa; determinó que es la micro y pequeña empresa la forma empresarial mayoritaria en todos los países, siendo la principal contribución la autogeneración de empleo y la no dependencia del Estado para su supervivencia. Ellos contribuyen con más del 70% del Producto Bruto Interno (PBI) y están conformados básicamente por emprendedores. También, es la forma empresarial más afectada por el cierre de la economía en el año 2020 debido a la pandemia COVID – 19, ya que cuentan con patrimonios reducidos y casi siempre andan escasos de capital de trabajo. Casi siempre los trabajadores son los propietarios, así como sus familiares directos, es por ello que pudieron soportar los primeros meses de cierre de la economía; pero, cuando esta medida amenazó con extenderse, fueron los primeros en salir a las calles para poder vender. La mayoría de ellos son trabajadores independientes por lo que, si no trabajan entonces no tienen ingresos. Una característica positiva es que, como cuentan con pocos activos fijos, pueden cambiar de giro de negocio rápidamente, de acuerdo a la demanda del mercado. Concluyó que el número de trabajadores ocupados por la micro y pequeña empresa influyó directamente en la Población Económicamente Activa, habiéndose obtenido un Coeficiente de Correlación de $r = 0.987607257$; y un Coeficiente de Determinación de $R^2 = 0.975368093$; ambos valores muy cercanos a 1. La micro y pequeña empresa fue el tipo empresarial que más trabajo brindó a los trabajadores que conforman la Población Económicamente Activa, significando el 72.58% del total, derivándose de ahí su importancia, ya que en los cinco años estudiados fueron 60,037,465.86 personas. Por otro lado, la categoría de trabajador independiente fue la que congregó el mayor número de trabajadores de la Población Económicamente Activa constituida por 30,594,469.73 personas, equivalente al 36.99% del total. La actividad de servicios es la que ocupó mayoritariamente a los trabajadores de la PEA, siendo el 31.26% del total. (Solsol, 2021).

En el año 2021, se publicó una investigación de tipo cuantitativa, nivel correlacional, diseño no experimental, con una población conformada por 6,000 ítems del inventario de la empresa SOCOPUR SAC.; determinó que la gestión de inventarios juega un papel preponderante en las ventas y, por ende, en los resultados del ejercicio. Un inventario elevado significa varias cosas, una de ellas podría ser que cayeron las ventas, se pidió demasiado para reponer stocks o, quizás la más importante de todas, que se tiene plata muerta sin circular y, lo que necesita toda empresa es liquidez para hacer frente a las obligaciones derivadas del día a día, así como cumplir con los compromisos financieros. Es por ello que la gestión de inventarios resulta fundamental en cualquier empresa, debiendo emplearse herramientas modernas para su control efectivo y personal capacitado en su accionar. Otro tema relacionado con las ventas es la política de créditos que mantiene la empresa, ya que no todas las ventas son al contado sino también al crédito. En este caso se debe evaluar convenientemente al solicitante para ver si tiene capacidad de devolución en el periodo previsto, caso previsto caerá en morosidad. Concluyó que los inventarios no tienen relación con las ventas de la empresa SOCOPUR SAC. en el periodo 2014 – 2018; conclusión basada en el test estadístico que dio como resultado que el Coeficiente de Correlación tenga un valor de $r = 0.621684272$; y el Coeficiente de Determinación sea de $R^2 = 0.386491335$; ambos valores alejados de los mínimos permitidos, por lo que se afirma que no existe significancia estadística entre las variables antes mencionadas. Por otro lado, el stock de inventarios tiene una rotación más lenta de lo normal, lo que ha permitido que se acumule a largo del tiempo; es así que inició el año 2014 con un inventario valorizado en S/. 6,107,607.60; para concluir el año 2018 con S/. 7,832,182.62; evidenciando un crecimiento de 28.24%. Las ventas han mostrado un comportamiento creciente a lo largo de los cinco años de estudio, habiendo comenzado el año 2014 con S/. 8,521,821.43; para cerrar el año 2028 con 31,767,268.90; demostrando un aumento importante de 272.78%. (Montes, 2021).

En el año 2020, se publicó una investigación de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño correlacional, con una población conformada por 59,149 vehículos automotor menor vendidos en la región Loreto, en el periodo 2013 – 2017; determinó que, en los departamentos amazónicos de Loreto, Ucayali y San Martín, en transporte público de pasajeros era brindado por vehículos trimóviles, o también conocidos popularmente como motocarros. Asimismo, el transporte particular más usado eran los vehículos menores de dos ruedas, por lo que la venta de ambos constituía un rubro de suma importancia en la economía local. El soporte para mantener operativas las unidades antes referidas, constituía contar con un stock variado de repuestos, destacando entre ellos el sistema de arrastre, las baterías y bujías. Asimismo, existía una gran demanda de lubricantes y grasas. Todos estos productos y repuestos son comercializados por la empresa SOCOPUR SAC., empresa con jurisdicción en los departamentos antes señalados. El mercado de estos vehículos estaba copado mayoritariamente por unidades que provenían de China, con corto periodo de vida y alta demanda de repuestos, pero con precios menores que los que provienen de Japón. Concluyó que las ventas de vehículos automotores menores en Loreto tuvieron un comportamiento variable a lo largo del periodo 2013 – 2017, es así que alcanzó el mayor valor el año 2015 con un monto de S/. 68,390,486.11; equivalente a 12,167.00 unidades, cerrándose el año 2017 con un monto de S/. 55,412,765.01 correspondiendo a 11,673.00 unidades vendidas. Si bien es cierto que las ventas tuvieron una evolución variable a lo largo de los cinco años, esta variación fue con clara tendencia negativa, en donde las caídas eran más pronunciadas que los incrementos; es así que el número de unidades vendidas tuvieron variaciones negativas los años 2015, 2016 y 2017; siendo de -5.58%, -11.25% y -4.75% respectivamente. Las ventas de los motocarros también fueron variables, arrojando variaciones negativas en los primeros años para luego cambiar la tendencia y convertirse en positivas. El comportamiento tendencial está ligado a la evolución misma de la economía y el empleo, pues la demanda de trimóviles es con fines laborales. (Valenzuela, 2020).

1.2 Bases teóricas.

Kotler (1990) define a las ventas como a todas aquellas acciones que se llevan a cabo para motivar a clientes potenciales a ejecutar la adquisición de un determinado bien o servicio. Asimismo, el autor considera que la venta es un proceso mediante el cual se lleva a cabo la negociación entre el comprador y el vendedor. Casi siempre, el bien o servicio motivo de la transacción está llamado a satisfacer una necesidad; esa es la característica que los hace requeridos por las personas. Existen diferentes estrategias que puede utilizar el vendedor para convencer al comprador que lo que está adquiriendo es lo indicado según la necesidad que presenta, y que el precio mide el valor del bien, materia de la transacción. (Kotler; 1990).

Calvin (2004) define a las ventas como un proceso que reviste cierta complejidad, en el que transcurre cierto tiempo desde el contacto inicial entre el vendedor y el posible comprador. El vendedor debe esgrimir ciertas estrategias que ponga en relevancia el producto, estimulando la necesidad del comprador. Primero, debe hablar sobre las bondades del bien o servicio, reservándose para el final el tratar sobre el precio. Se estima que una vez que se ha expuesto sobre las bondades del producto, con toda seguridad el precio se verá ampliamente justificado postergándose el proceso de regateo tratando de disminuir el mismo. El vendedor normalmente debe incidir en la satisfacción de la necesidad del comprador con el producto transado, haciendo que la compra sea la mejor opción. (Calvin, 2004).

Fischer y Espejo (2011) define a las ventas como una actividad que forma parte de la mercadotecnia como un proceso holístico, que consiste en la creación de las necesidades en los clientes para que se dé el intercambio. Los individuos poseen una serie de necesidades que tienen que ser satisfechas y va a depender del precio y las circunstancias para que adquieren los diferentes productos. El vendedor tiene que convencer al comprador. (Fischer y Espejo, 2011).

Haddad y Chasquero (2017) señalan que los resultados del ejercicio de una empresa también son conocidos como resultados de operación, y tiene que ver con los ingresos y gastos en que ha incurrido la empresa en un periodo determinado. Normalmente aparecen en el estado de resultados como pérdidas o ganancias. En el balance de las empresas, la cuenta de resultados aparece en el patrimonio. Si se obtienen utilidades, el patrimonio se ve fortalecido; pero, si se producen pérdidas, entonces es inevitable el debilitamiento patrimonial de la empresa, ya que se debe reponer con activos de la misma, o solicitar a los propietarios a hacerlo. Los estados de resultados sirven para analizar el desenvolvimiento de la empresa, mientras que las instituciones financieras lo hacen para ver si pueden cumplir con las obligaciones financieras a contraer. (Haddad y Chasquero, 2017).

Kotler (1990) señala que el estado de resultados viene a demostrar de manera agregada todos los ingresos, gastos, ganancias y pérdidas en que incurre una empresa debido a las actividades ejecutadas. Se debe precisar que algunas actividades generan ingresos mientras que otras producen erogaciones, y la diferencia viene a ser el resultado. Si las operaciones se ven interrumpidas en algún momento, los beneficios obtenidos después del reinicio de operaciones se pueden llamar beneficios ininterrumpidos, los que posteriormente podrían derivar en beneficios netos. (Kotler, 1990).

Mankiw (2018) da a conocer que los estados financieros revisten de mucha importancia pues evidencian la situación de la empresa, y se preparan para hacer una revisión de las operaciones y los procesos que posteriormente van a resultar en pérdidas o ganancias. La adquisición de factores productivos irroga gastos a la empresa, pero la venta de productos terminados va a proporcionar ingresos. También se debe mencionar la importancia de la depreciación que, si bien es cierto no es un flujo, pero permite provisionar fondos para reponer los principales activos de la empresa, ya que con el uso tienden a volverse obsoletas y necesitan ser cambiados. (Mankiw, 2018).

1.3 Definición de términos básicos.

Activos: son las acreencias o bienes que posee la empresa, considerándose dentro de este grupo los derechos adquiridos dándole propiedad sobre un determinado bien. (Navarro, 2020).

Apalancamiento: consecución de recursos de terceros para ser incorporados en las actividades de la empresa, con la obligación de ser devueltos en un periodo determinado. (Navarro, 2020).

Balance de situación: estado de situación de la empresa que muestra los débitos y acreencias; es decir, cómo está conformado el patrimonio y cómo se ha financiado. (Haddad y Chasquero, 2017).

Cuenta de pérdidas y ganancias: estado de resultados que muestra la utilidad o pérdida conseguida al final de un periodo contable, resultado que viene a incrementar o reducir el patrimonio. (Navarro, 2020).

Fondos propios: son considerados como fondos propios aquella parte de la empresa que han sido adquiridas con recursos económicos de los accionistas o propietarios. (Haddad y Chasquero, 2017).

Gastos: reducciones del patrimonio neto de la empresa no originadas por los accionistas o propietarios, sino por actividades propias del giro del negocio de la unidad empresarial (Navarro, 2020).

Ingresos: son todos aquellos gastos en los que incurren las familias para adquirir bienes duraderos y no duraderos, con el objetivo de satisfacer sus necesidades. Se excluyen las compras de viviendas y otros activos similares. (Navarro, 2020).

Inventario: stock de mercadería que se encuentra en la empresa preparada para ser vendida. Una gestión adecuada de inventarios es necesaria para optimizar los resultados. (Navarro, 2020).

Liquidez: capacidad de una empresa de convertir un activo cualquiera en dinero efectivo, de acuerdo al valor que éste tiene en el mercado. El activo más líquido es el dinero. (Haddad y Chasquero, 2017).

Pasivos: son las obligaciones que tiene la empresa y están registrados en el balance de acuerdo a su exigibilidad. El patrimonio es una obligación con los propietarios o accionistas. (Navarro, 2020).

Patrimonio: valor de la inversión de los accionistas o propietario al que se le adiciona los resultados de operación de la misma. Aquí se ubican los fondos iniciales que dan origen a la empresa. (Navarro, 2020).

Rotación de inventarios: tiempo de recambio de las existencias o velocidad con que ello se produce, y está en relación directa con la gestión de stocks. (Haddad y Chasquero, 2017).

Utilidad de operaciones: margen obtenido como la diferencia de los ingresos por ventas deducidos los gastos de operación. También se le conoce como utilidad neta. (Haddad y Chasquero, 2017).

CAPÍTULO II: VARIABLES E HIPÓTESIS

2.1 Variables y su operacionalización.

- Variables.
 - a) Ventas.
 - b) Resultados del Ejercicio.

- Definiciones conceptuales.
 - a) Ventas: ingresos por el expendio de productos realizado por la empresa SOCOPUR S.A.C., en un periodo determinado.
 - b) Resultados del Ejercicio: pérdidas o ganancias obtenidas por la empresa SOCOPUR S.A.C. después de un periodo de operaciones.

- Definiciones operacionales.
 - a) Variable Independiente (X): Ventas.
 - b) Variable Dependiente (Y): Resultados del Ejercicio.

- Indicadores.
 - a) Evolución de las ventas.
 - b) Ranking de los productos más vendidos.
 - c) Comportamiento de los resultados del ejercicio.

- Índices.
 - a) De la evolución de las ventas:
 - Creciente.
 - Decreciente.
 - Constante.

 - b) Del ranking de los productos más vendidos:
 - Llantas y cámaras.
 - Motocicletas.
 - Repuestos.

c) Del comportamiento de los resultados del ejercicio:

- Creciente.
- Decreciente.
- Constante.

➤ Instrumento.

Los datos de la investigación fueron recolectados aplicando la Ficha de Registro de Datos, a través de la cual se consiguió la información estadística de las ventas y los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2019 - 2021.

➤ Tabla de operacionalización de variables.

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicador	Índice	Instrumento
Variable Independiente: Ventas.	Ingresos por el expendio de productos realizado por la empresa SOCOPUR S.A.C., en un periodo determinado.	Variable Independiente (X): Ventas.	a) Evolución de las ventas. b) Ranking de los productos más vendidos.	➤ Creciente. ➤ Decreciente. ➤ Constante ➤ Llantas y cámaras. ➤ Motocicletas. ➤ Repuestos. ➤ Otros.	Ficha de registro de datos. Ficha de registro de datos.
Variable Dependiente: Resultados del Ejercicio.	Pérdidas o ganancias obtenidas por la empresa SOCOPUR S.A.C. después de un periodo de operaciones.	Variable Dependiente (Y): Resultados del Ejercicio.	a) Comportamiento de los resultados del ejercicio.	➤ Creciente. ➤ Decreciente. ➤ Constante	Ficha de registro de datos.

2.2 Formulación de la hipótesis.

Hipótesis principal:

Las ventas se relacionan directamente con los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2019 - 2021.

Hipótesis derivadas:

1. Las ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C. tiene una evolución creciente en términos generales, en el periodo 2019 - 2021.
2. Los productos más vendidos por la empresa SOCOPUR S.A.C. son llantas y cámaras, en el periodo 2019 - 2021.

3. Los resultados del ejercicio tienen un comportamiento creciente en el periodo 2019 - 2021.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

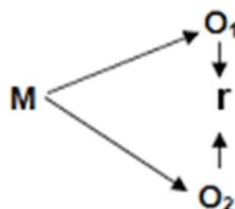
3.1 Tipo y diseño de la investigación.

Tipo de Investigación

Esta investigación es tipificada como una Cuantitativa, teniendo en cuenta su naturaleza; pero, también se tipifica como Correlacional en referencia al nivel de explicación. Además, se debe señalar que el objetivo perseguido es determinar la relación entre las ventas y los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2020 - 2021.

Diseño de la investigación.

La presentación del valor de las variables se dio de acuerdo a los reportes que aparecen en los libros de la empresa, exactamente igual a como aparecen en los registros, por lo que el diseño es no experimental, presentado esquemáticamente de la forma siguiente:



Dónde:

M = Muestra de la investigación (es igual a la Población).

O₁ = Ventas.

O₂ = Resultados del Ejercicio.

r = Correlación entre variables.

3.2 Población y muestra.

Población de estudio.

La población de estudio está compuesta por 13 grupos de productos comercializados por la empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2019 - 2021.

Tamaño de la muestra de estudio.

La muestra es idéntica a la población; es decir, 13 grupos de productos comercializados por la empresa SOCOPUR S.A.C.

Tipo de muestreo y procedimiento de selección de la muestra.

No aplica el tipo de muestreo debido a que se trabajó con toda la población.

Criterios de selección.

- Criterios de inclusión: todos los productos vendidos por la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2019 - 2021.
- Criterios de exclusión: ventas al crédito consideradas como no recuperables y que son castigadas.

3.3 Técnica e instrumentos.

Técnica.

Los datos fueron conseguidos de fuentes de segunda mano, obtenidos de los registros de la empresa SOCOPUR S.A.C., técnica conocida como Revisión de Fuentes Secundarias. Los valores están direccionados a las ventas y los resultados del ejercicio de la empresa en el periodo 2019 – 2021.

Instrumento de recolección de datos.

La Ficha de Registro de Datos fue la herramienta aplicada para obtener los valores estadísticos de las variables, centrados principalmente en las ventas de la empresa, los productos más comercializados y la evolución de los resultados de operación.

3.4 Procedimientos de recolección de datos.

El procedimiento de recolección de datos se llevó de esta forma:

- Se diseñó la ficha de registro de datos para recabar la información concerniente a las ventas y los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2019 - 2021.
- Se revisaron y seleccionaron los datos estadísticos de los registros de la empresa SOCOPUR S.A.C.

- Los datos recolectados estuvieron relacionados a las ventas y los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2019 - 2021.
- Los componentes de las ventas fueron analizados teniendo en cuenta la evolución de la misma, así como también el ranking de los productos vendidos.
- Los resultados del ejercicio se analizaron a través del comportamiento mensual de la diferencia entre los ingresos y los egresos de la empresa.
- Se utilizó el análisis de tendencias para determinar el comportamiento de los resultados del ejercicio.

3.5 Técnicas de procesamiento y análisis de los datos.

- Una vez conseguida la información a través de la secuencia de pasos descritos en el punto anterior, se construyó la base de datos para esta investigación.
- Se utilizaron las herramientas proporcionadas por la estadística descriptiva, tales como frecuencias simples, porcentajes relativos, porcentajes acumulados, variaciones porcentuales, análisis de tendencia y otras herramientas, que fueron necesarias para analizar los resultados que fueron apareciendo en el estudio.
- Se elaboraron las tablas con los datos de las ventas y los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2019 - 2021.
- También, se analizó la evolución mensual de las ventas y el ranking de los productos vendidos.
- Por otro lado, se estudió el comportamiento mensual de los resultados del ejercicio.
- Se aplicó un test estadístico conformado por el Coeficiente de Correlación (r) y el Coeficiente de Determinación (R^2).
- El Coeficiente de Correlación (r) fue usado para demostrar si existe relación entre las ventas y los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR S.A.C, en el periodo 2019 – 2021.

- El Coeficiente de Determinación (R^2) dio a conocer si la variable independiente (ventas) determina el comportamiento de la variable dependiente (resultados del ejercicio), correspondiente al periodo 2019 – 2021.

3.6 Aspectos éticos.

El autor y el asesor se comprometieron a trabajar en el presente estudio respetando las buenas prácticas y; además, observado una conducta responsable en investigación, los mismos que fueron cumplidos a cabalidad. Si bien es cierto que se trabajó con información de segunda mano, se comprometieron a respetar la fidelidad de los datos y transcribirlos de manera íntegra, tal y como aparecen en la base de datos. Además, se respetaron los derechos de autor citándose según lo estipulado por las normas APA. Asimismo, se cumplió cabalmente todo lo estipulado en las normas de la Escuela de Post Grado y de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, en lo relacionado a la elaboración de los trabajos de tesis. Del mismo modo, se comprometieron a utilizar todos los datos obtenidos en la investigación, desvirtuándose cualquier otro fin, o alterando los datos originales para forzar los resultados de la presente tesis doctoral.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

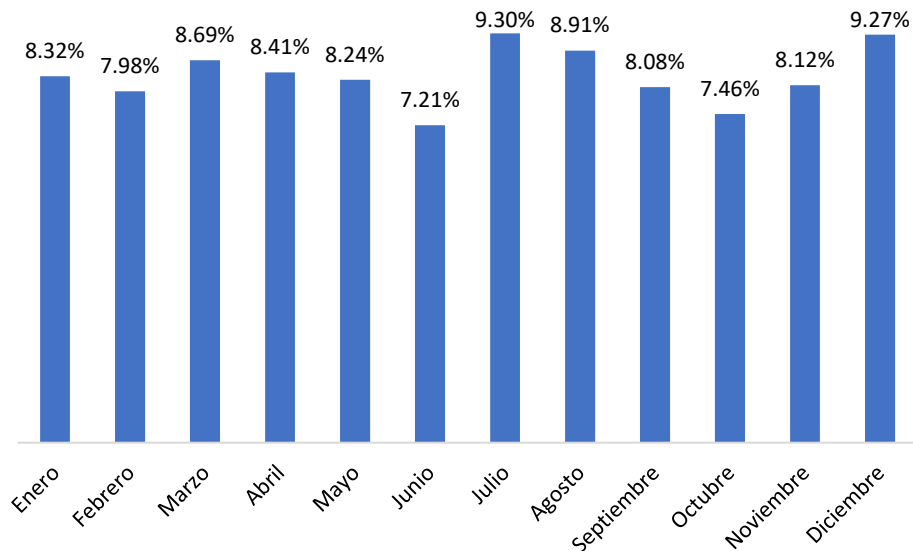
4.1 Ventas de la Empresa SOCOPUR S.A.C.

Tabla N° 01
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Periodo 2019

Meses	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
Enero	2,754,231.00	8.32%
Febrero	2,640,822.00	7.98%
Marzo	2,875,296.00	8.69%
Abril	2,783,069.00	8.41%
Mayo	2,727,609.00	8.24%
Junio	2,386,689.00	7.21%
Julio	3,076,687.00	9.30%
Agosto	2,947,400.00	8.91%
Septiembre	2,673,296.00	8.08%
Octubre	2,469,948.00	7.46%
Noviembre	2,688,081.00	8.12%
Diciembre	3,068,002.00	9.27%
Total	33,091,130.00	100.00%

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 01
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Periodo 2019



Fuente: SOCOPUR SAC.

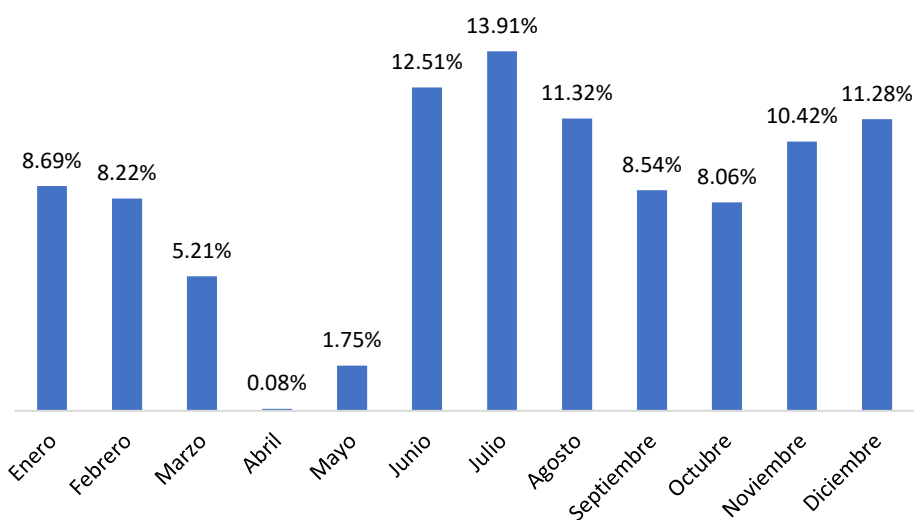
Las ventas del año 2019 fueron de S/. 33,091,130.00; habiéndose registrado el mayor valor en Julio con S/. 3,076,687.00 (9.30%).

Tabla N° 02
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Periodo 2020

Meses	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
Enero	2,865,186.00	8.69%
Febrero	2,708,677.00	8.22%
Marzo	1,716,291.00	5.21%
Abril	26,850.00	0.08%
Mayo	577,262.00	1.75%
Junio	4,124,143.00	12.51%
Julio	4,584,933.00	13.91%
Agosto	3,730,365.00	11.32%
Septiembre	2,814,797.00	8.54%
Octubre	2,657,521.00	8.06%
Noviembre	3,433,464.00	10.42%
Diciembre	3,718,915.00	11.28%
Total	32,958,404.00	100.00%

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 02
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Periodo 2020



Fuente: SOCOPUR SAC.

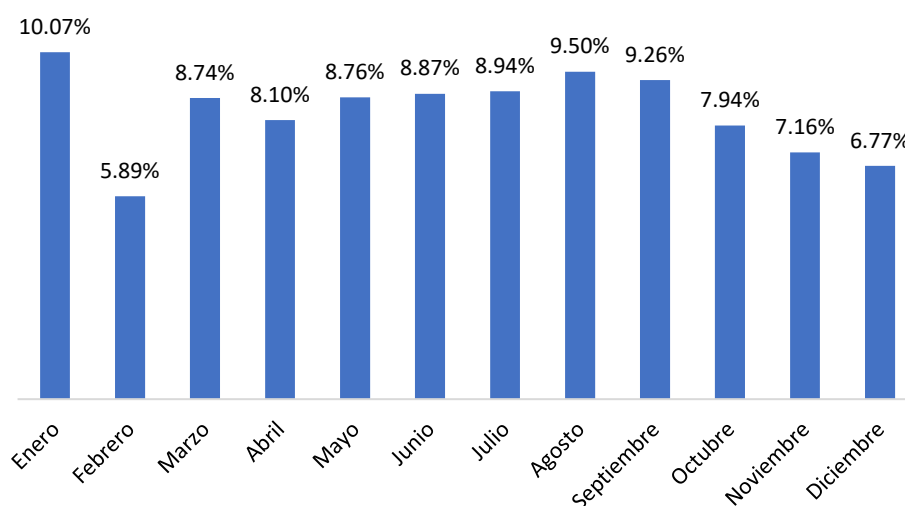
Las ventas del año 2020 ascendieron a S/. 32,958,404.00; inferior en -0.40% en comparación con el año pasado. La mayor venta se registró en Julio llegando a S/. 4,584,933.00 y significó el 13.91% del total. En abril, cayeron a S/. 26,850.00 a causa de la pandemia.

Tabla N° 03
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Periodo 2021

Meses	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
Enero	4,143,064.00	10.07%
Febrero	2,422,292.00	5.89%
Marzo	3,594,865.00	8.74%
Abril	3,330,946.00	8.10%
Mayo	3,603,560.00	8.76%
Junio	3,646,626.00	8.87%
Julio	3,676,912.00	8.94%
Agosto	3,909,323.00	9.50%
Septiembre	3,809,329.00	9.26%
Octubre	3,265,149.00	7.94%
Noviembre	2,945,404.00	7.16%
Diciembre	2,784,005.00	6.77%
Total	41,131,475.00	100.00%

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 03
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Periodo 2021



Fuente: SOCOPUR SAC.

Las ventas del año 2021 se recuperaron en 24.80% subiendo a S/. 41,131,475.00; mostrando que se va dejando atrás el tiempo de crisis. La venta mayor se dio en Enero llegando a S/. 4,143,064.00: igual al 10.07% del total. El siguiente mes con mayor venta fue Agosto.

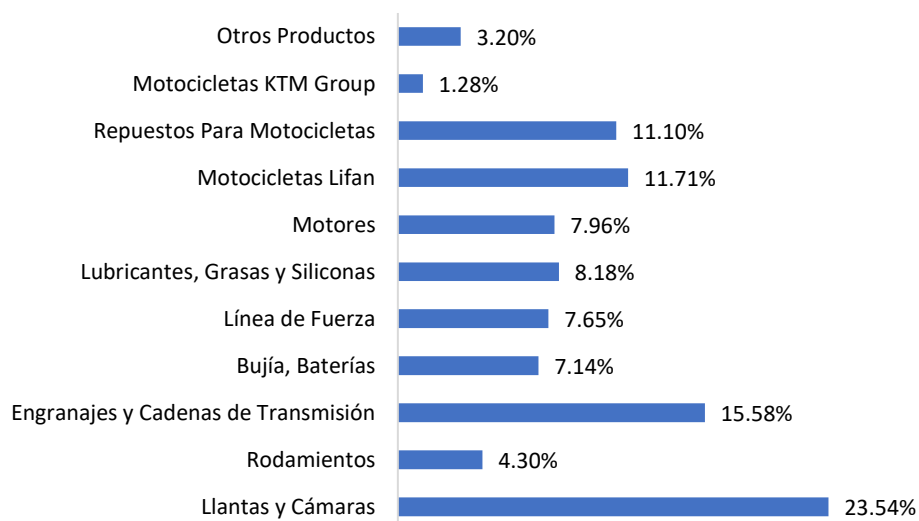
4.2 Productos Vendidos Por la Empresa.

Tabla N° 04
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC. Por Productos, Periodo 2019

Producto	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
Llantas y Cámaras	7,789,833.34	23.54%
Rodamientos	1,385,290.57	4.19%
Engranajes y Cadenas de Transmisión	5,154,064.18	15.58%
Bujía, Baterías	2,268,336.71	6.85%
Línea de Fuerza	1,519,206.00	4.59%
Lubricantes, Grasas y Siliconas	2,679,226.77	8.10%
Motores	2,450,516.57	7.41%
Motocicletas Lifan	4,258,678.25	12.87%
Repuestos Para Motocicletas	4,755,163.88	14.37%
Motocicletas KTM Group	365,397.05	1.10%
Otros Productos	465,416.67	1.41%
Total	33,091,130.00	100.00%

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 04
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC. Por Productos, Periodo 2019



Fuente: SOCOPUR SAC.

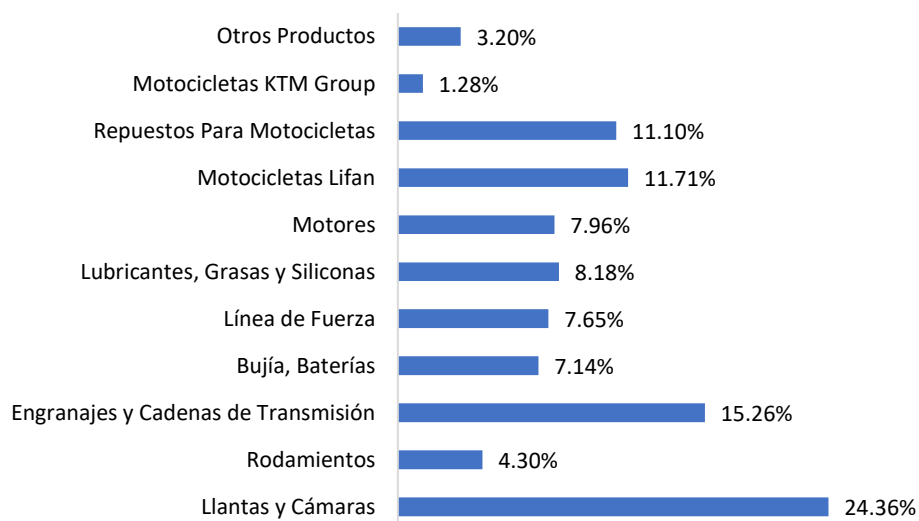
El producto que reportó las mayores ventas en el año 2019 fue Llantas y Cámaras habiendo alcanzado la suma de S/. 7,789,833.34; cifra que significó el 23.54% del total. Los siguientes productos con mayores ventas fueron Engranajes y Cadenas de Transmisión, los mismos que reportaron la suma de S/. 5,154,064.18; igual al 15.58%.

Tabla N° 05
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC. Por Productos, Periodo 2020

Producto	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
Llantas y Cámaras	8,027,849.16	24.36%
Rodamientos	1,527,379.44	4.63%
Engranajes y Cadenas de Transmisión	5,028,312.65	15.26%
Bujía, Baterías	2,248,154.87	6.82%
Línea de Fuerza	1,726,824.00	5.24%
Lubricantes, Grasas y Siliconas	2,814,450.20	8.54%
Motores	2,785,300.01	8.45%
Motocicletas Lifan	3,448,351.91	10.46%
Repuestos Para Motocicletas	4,421,646.80	13.42%
Motocicletas KTM Group	238,578.60	0.72%
Otros Productos	691,556.36	2.10%
Total	32,958,404.00	100.00%

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 05
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC. Por Productos, Periodo 2020



Fuente: SOCOPUR SAC.

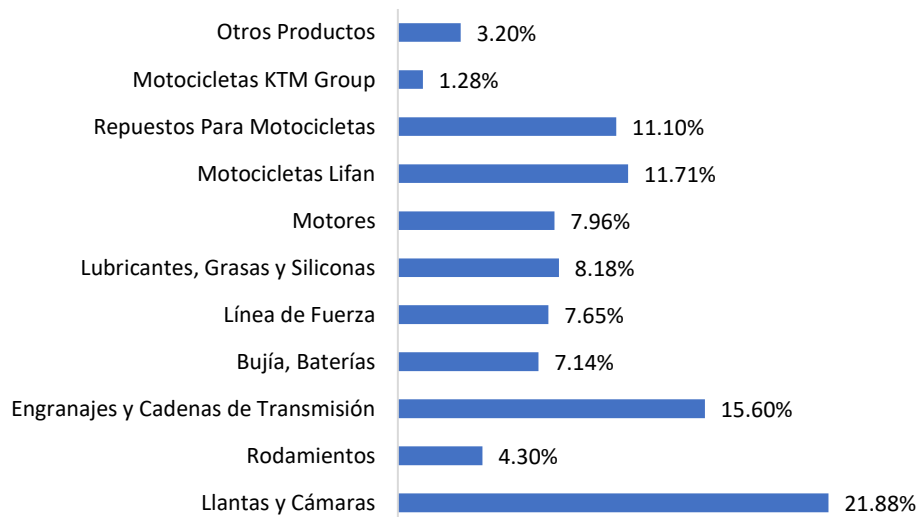
Del mismo modo, en el año 2020 los productos más vendidos fueron Llantas y Cámaras, al haber reportado ingresos por S/. 8,027,849.16; equivalente al 24.36% de las ventas totales. Los siguientes con mayores ingresos por ventas fueron Engranajes y Cadenas de Transmisión, con S/. 5,028,312.65; igual al 15.26% del total.

Tabla N° 06
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC. Por Productos, Periodo 2021

Producto	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
Llantas y Cámaras	8,998,252.94	21.88%
Rodamientos	1,768,432.43	4.30%
Engranajes y Cadenas de Transmisión	6,415,743.00	15.60%
Bujía, Baterías	2,937,258.88	7.14%
Línea de Fuerza	3,147,955.09	7.65%
Lubricantes, Grasas y Siliconas	3,365,951.47	8.18%
Motores	3,275,166.50	7.96%
Motocicletas Lifan	4,815,107.12	11.71%
Repuestos Para Motocicletas	4,566,043.81	11.10%
Motocicletas KTM Group	526,785.88	1.28%
Otros Productos	1,314,777.88	3.20%
Total	41,131,475.00	100.00%

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 06
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC. Por Productos, Periodo 2021



Fuente: SOCOPUR SAC.

Las Llantas y Cámaras fueron los productos más vendidos en el año 2021 habiendo alcanzado el valor de S/. 8,998,252.94; suma que es equivalente al 21.88% de las ventas totales. El segundo grupo de productos que reportaron los mayores ingresos fueron Engranajes y Cadenas de Transmisión con S/. 6,415,743.00; igual a 15.60% del total.

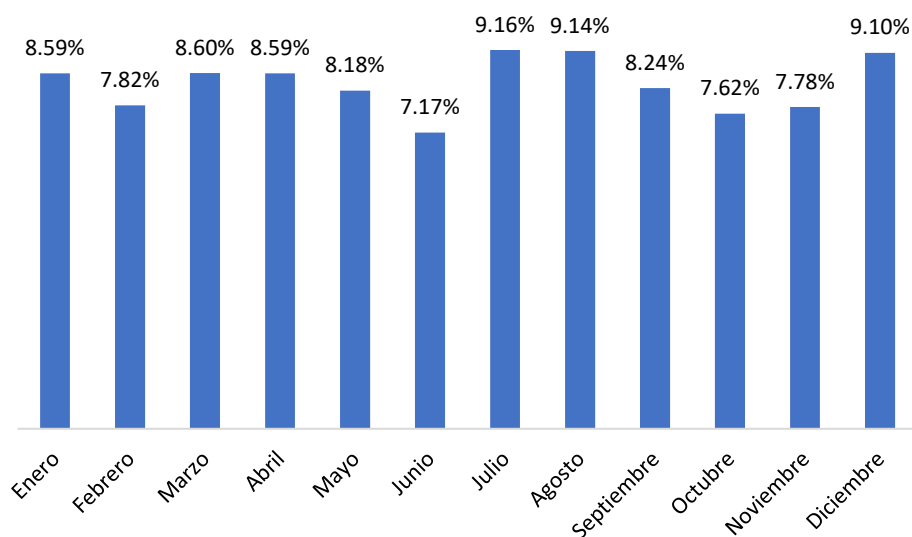
4.3 Resultados Del Ejercicio.

Tabla N° 07
Resultados Del Ejercicio de la Empresa SOCOPUR SAC.,
Periodo 2019

Meses	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
Enero	688,903.00	8.59%
Febrero	626,973.00	7.82%
Marzo	689,767.00	8.60%
Abril	688,973.00	8.59%
Mayo	655,600.00	8.18%
Junio	574,548.00	7.17%
Julio	734,433.00	9.16%
Agosto	732,603.00	9.14%
Septiembre	660,753.00	8.24%
Octubre	611,202.00	7.62%
Noviembre	623,674.00	7.78%
Diciembre	729,162.00	9.10%
Total	8,016,591.00	100.00%

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 07
Resultados Del Ejercicio de la Empresa SOCOPUR SAC.,
Periodo 2019



Fuente: SOCOPUR SAC.

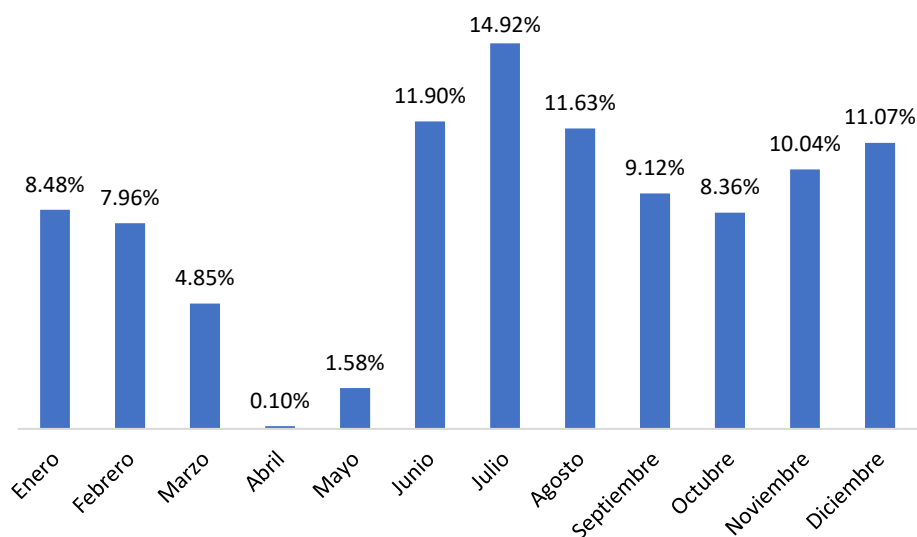
Los resultados del ejercicio 2019 arrojaron una utilidad de S/. 8,016,591.00; y el mes con resultado positivo más alto fue Julio, periodo donde la utilidad fue de S/. 734,433.00; que equivale al 9.16% del total.

Tabla N° 08
Resultados Del Ejercicio de la Empresa SOCOPUR SAC.,
Periodo 2020

Meses	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
Enero	707,381.00	8.48%
Febrero	664,191.00	7.96%
Marzo	404,533.00	4.85%
Abril	8,529.00	0.10%
Mayo	131,678.00	1.58%
Junio	993,143.00	11.90%
Julio	1,245,240.00	14.92%
Agosto	970,759.00	11.63%
Septiembre	760,824.00	9.12%
Octubre	698,142.00	8.36%
Noviembre	837,876.00	10.04%
Diciembre	923,992.00	11.07%
Total	8,346,288.00	100.00%

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 08
Resultados Del Ejercicio de la Empresa SOCOPUR SAC.,
Periodo 2020



Fuente: SOCOPUR SAC.

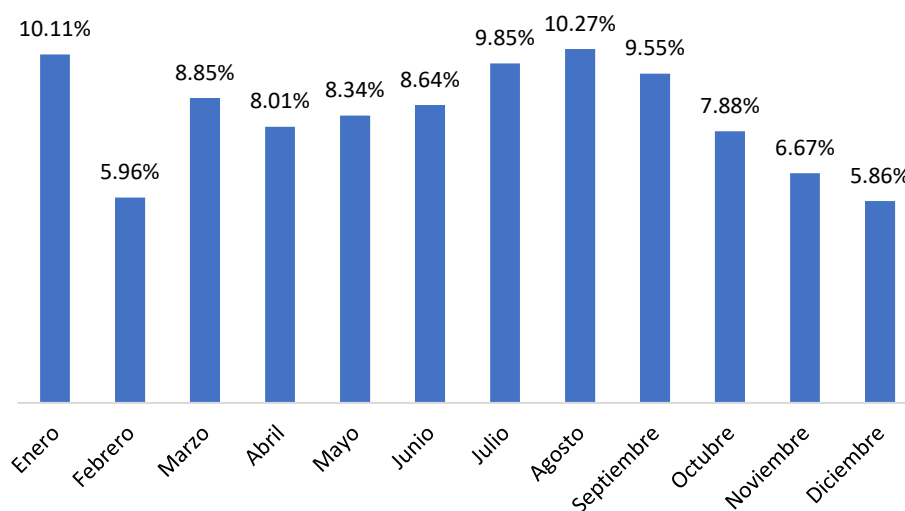
Las utilidades del año 2020 ascendieron a S/. 8,346,288.00; superior en 4.11% a las del año anterior, a pesar de la afección de la pandemia del COVID 19. En este periodo, las mayores utilidades se dieron en el mes de Julio, habiendo llegado a S/. 1,245,240.00 (14.92%).

Tabla N° 09
Resultados Del Ejercicio de la Empresa SOCOPUR SAC.,
Periodo 2021

Meses	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
Enero	1,018,967.00	10.11%
Febrero	600,642.00	5.96%
Marzo	891,631.00	8.85%
Abril	807,327.00	8.01%
Mayo	840,091.00	8.34%
Junio	870,948.00	8.64%
Julio	992,581.00	9.85%
Agosto	1,034,375.00	10.27%
Septiembre	962,489.00	9.55%
Octubre	794,057.00	7.88%
Noviembre	671,892.00	6.67%
Diciembre	590,173.00	5.86%
Total	10,075,173.00	100.00%

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 09
Resultados Del Ejercicio de la Empresa SOCOPUR SAC.,
Periodo 2021



Fuente: SOCOPUR SAC.

Las utilidades del año 2021 ascendieron a S/. 10,075,173.00; superior en 20.71% a las del año anterior, a pesar de la afeción de la pandemia del COVID 19. En este periodo, las mayores utilidades se dieron en el mes de agosto, habiendo llegado a S/. 1,034,375.00 (10.27%).

4.4 Análisis de las variables relevantes.

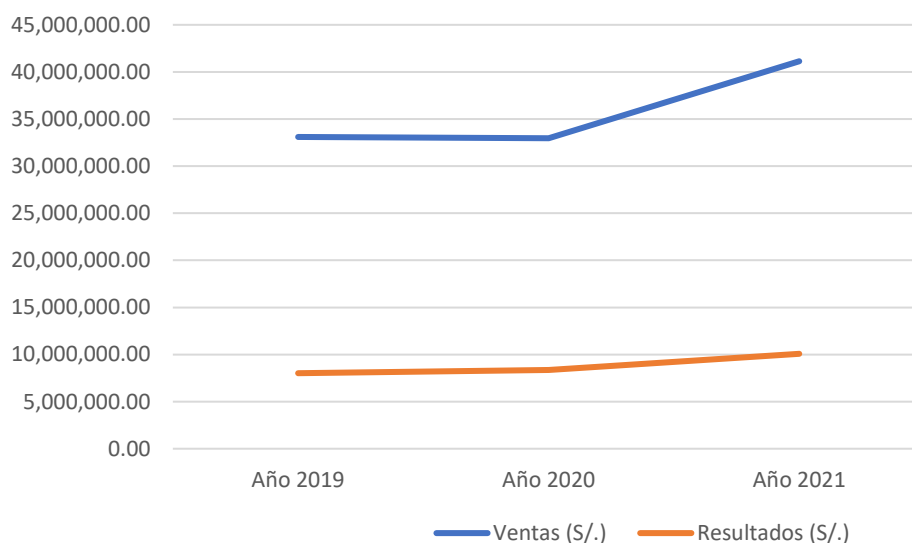
En la Tabla N° 10 se observa la relación entre las ventas y los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC., correspondiente al periodo 2019 – 2021. Es así como, el año 2019, las ventas alcanzaron la suma de S/. 33,091,130.00; a pesar de haber descendido en -0.32% comparativamente con el año pasado. En ese mismo periodo, los resultados del ejercicio reportaron una utilidad de S/. 8,016,591.00; la misma que se incrementó en 1.26% en comparación con la del año 2018. El año 2020 estuvo afectado por la pandemia, lo que provocó que las ventas cayeran ligeramente en -0.40% respecto al año pasado, registrando la suma de S/. 32,958,404.00. A pesar de que las ventas disminuyeron, los resultados del ejercicio se incrementaron en 4.11% llegando a la suma de S/. 8,346,288.00. Esta situación merece ser resaltada ya que, a pesar de un descenso en las ventas las utilidades se incrementaron, lo que significa que se gestionó mejor a la empresa. En el año 2021, se regresó a la normalidad después de la crisis y el cierre de la economía producto de la crisis registrada y, en este periodo, las ventas dieron un salto importante de 24.80% respecto al año 2020, llegando al valor de S/. 41,131,475.00. Este incremento en las ventas hizo que los resultados del ejercicio aumentaran en 20.71%, alcanzando la suma de S/. 10,075,173.00; las utilidades más altas reportadas en los tres años de estudio. En ese mismo orden de cosas, las ventas anuales promedio fueron de S/. 35,727,003.00; con una variación positiva anual promedio de 8.03%. Los resultados del ejercicio anual promedio arrojaron una ganancia de S/. 8,812,684.00; igual a 8.69% por año.

Tabla N° 10
Relación Entre Las Ventas y Los Resultados Del Ejercicio de la
Empresa SOCOPUR SAC., Periodo 2019 - 2021

Años	Ventas (S/.)	Variación (%)	Resultados (S/.)	Variación (%)
Año 2019	33,091,130.00	-0.32%	8,016,591.00	1.26%
Año 2020	32,958,404.00	-0.40%	8,346,288.00	4.11%
Año 2021	41,131,475.00	24.80%	10,075,173.00	20.71%
Promedio	35,727,003.00	8.03%	8,812,684.00	8.69%

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 10
 Relación Entre Las Ventas y Los Resultados Del Ejercicio de la
 Empresa SOCOPUR SAC., Periodo 2019 - 2021



Fuente: SOCOPUR SAC.

El análisis de asociación entre las variables se llevó a cabo a través del test estadístico. En este sentido, el Coeficiente de Correlación llegó a $r = 0.986347411$; muy cercano a +1, lo que indica la presencia de una muy buena relación directa entre las ventas y los resultados del ejercicio. Para corroborar este resultado se calculó el Coeficiente de Determinación que llegó a $R^2 = 0.972881216$; muy próximo a 1, lo que demuestra una muy buena determinación entre las variables.

TEST ESTADÍSTICO	VALOR
Coefficiente de Correlación (r)	0.986347411
Coefficiente de Determinación (R^2)	0.972881216

En conclusión, se acepta la Hipótesis General, debido a que las ventas tienen una relación directa con los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC., correspondiente al periodo 2019 – 2021.

En la Tabla N° 11, se puede apreciar la evolución de las ventas mensuales de la empresa SOCOPUR SAC., analizadas durante el periodo 2019 – 2021; destacando que el mayor valor se produjo en el mes de Julio 2020, llegando a S/. 4,584,933.00. El segundo registro de

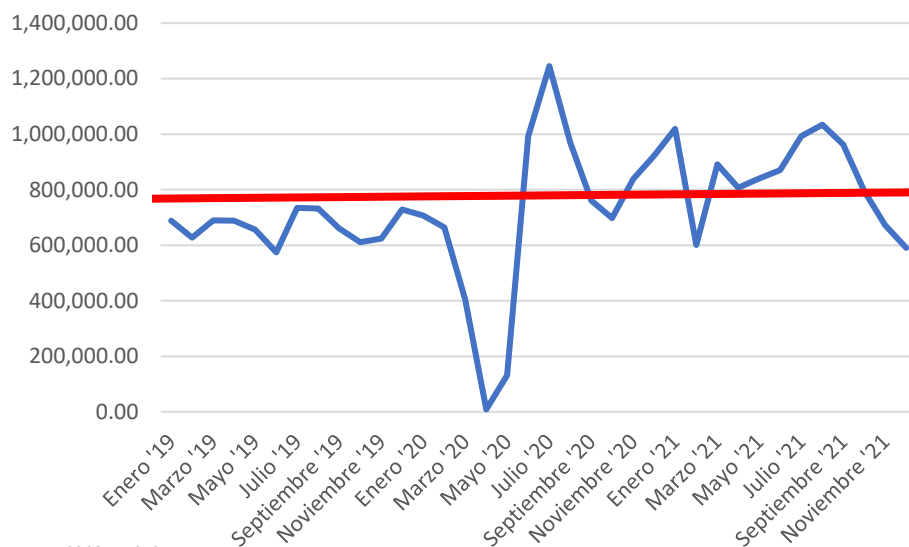
las ventas más alta se dio en el mes de enero del 2021, periodo en el que se reportó un valor de S/. 4,143,064.00. Luego, en el mes de junio 2020 las ventas arribaron a S/. 4,124,143.00; y fue el tercer valor más elevado en los tres años estudiados. Pero, en realidad, existen caídas entre un mes y otro lo que hace que la evolución tenga un comportamiento variable; así, por ejemplo, el menor valor de la serie se dio en abril del 2020, en el que las ventas fueron solo de S/. 26,850.00; periodo en el que la economía estuvo cerrada por afectación del COVID 19; y en el mes siguiente subió a S/. 577,262.00. Las ventas mensuales en promedio fueron de S/. 2,977,250.25; variando en 71.68%.

Tabla N° 11
Evolución de Las Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC.,
Periodo 2019 - 2021

Años	Meses	Ventas (S/.)	Variación (%)
Año 2019	Enero	2,754,231.00	2.10%
	Febrero	2,640,822.00	-4.12%
	Marzo	2,875,296.00	8.79%
	Abril	2,783,069.00	-3.21%
	Mayo	2,727,609.00	-1.99%
	Junio	2,386,689.00	-12.50%
	Julio	3,076,687.00	28.91%
	Agosto	2,947,400.00	-4.20%
	Septiembre	2,673,296.00	-9.30%
	Octubre	2,469,948.00	-7.60%
	Noviembre	2,688,081.00	8.83%
	Diciembre	3,068,002.00	14.13%
Año 2020	Enero	2,865,186.00	-6.61%
	Febrero	2,708,677.00	-5.46%
	Marzo	1,716,291.00	-36.64%
	Abril	26,850.00	-98.44%
	Mayo	577,262.00	2049.95%
	Junio	4,124,143.00	614.43%
	Julio	4,584,933.00	11.17%
	Agosto	3,730,365.00	-18.64%
	Septiembre	2,814,797.00	-24.54%
	Octubre	2,657,521.00	5.59%
	Noviembre	3,433,464.00	29.20%
	Diciembre	3,718,915.00	8.31%
Año 2021	Enero	4,143,064.00	11.41%
	Febrero	2,422,292.00	-45.88%
	Marzo	3,594,865.00	48.41%
	Abril	3,330,946.00	7.34%
	Mayo	3,603,560.00	8.18%
	Junio	3,646,626.00	1.20%
	Julio	3,676,912.00	0.83%
	Agosto	3,909,323.00	6.32%
	Septiembre	3,809,329.00	-2.56%
	Octubre	3,265,149.00	14.29%
	Noviembre	2,945,404.00	-9.79%
	Diciembre	2,784,005.00	-5.48%
Promedio General		2,977,250.25	71.68%

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 11
Evolución de Las Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC.,
Periodo 2019 - 2021



Fuente: SOCOPUR SAC.

En conclusión, se rechaza la primera hipótesis específica debido a que las ventas de la empresa SOCOPUR SAC. tuvieron un comportamiento variable, durante el periodo 2019 - 2021.

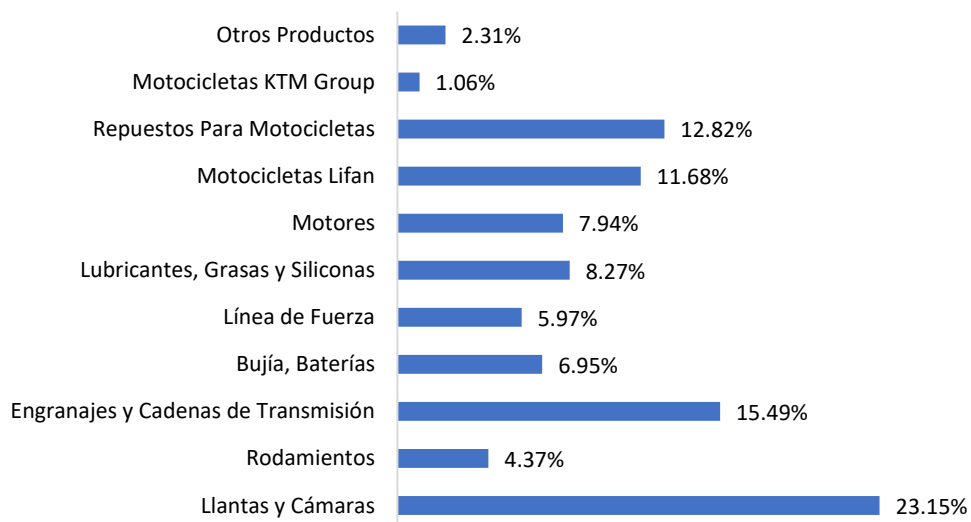
En la Tabla N° 12, se muestran las ventas de la empresa SOCOPUR SAC. por productos expendidos a lo largo del periodo 2019 – 2021. En ella se puede observar que los productos más requeridos por los clientes fueron Llantas y Cámaras, habiéndose vendido la suma de S/. 24,815,935.44; equivalente al 23.15% de las ventas totales. El segundo grupo de productos con mayor demanda fueron Engranajes y Cadenas de Transmisión, las que fueron expendidas por un monto de S/. 16,598,119.83; representando el 15.49% de las ventas totales. Continuando con el análisis se puede notar que el grupo de productos denominado Repuestos Para Motocicletas se posicionó en el tercer lugar con un monto vendido de S/. 13,742,854.49; cifra que equivale al 12.82% del valor total vendido. Por otro lado, el rubro Motocicletas Lifan logró facturar la suma de S/. 12,522,137.28; ocupando el siguiente lugar en importancia, lo que significa el 11.68% de las ventas totales. En ese mismo orden de cosas, el concepto Lubricantes, Grasas y Siliconas logró ventas por S/. 8,859,628.44; que equivale al 8.27% del total.

Tabla N° 12
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC. Por Productos,
Periodo 2019 - 2021

Producto	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
Llantas y Cámaras	24,815,935.44	23.15%
Rodamientos	4,681,102.43	4.37%
Engranajes y Cadenas de Transmisión	16,598,119.83	15.49%
Bujía, Baterías	7,453,750.46	6.95%
Línea de Fuerza	6,393,985.09	5.97%
Lubricantes, Grasas y Siliconas	8,859,628.44	8.27%
Motores	8,510,983.08	7.94%
Motocicletas Lifan	12,522,137.28	11.68%
Repuestos Para Motocicletas	13,742,854.49	12.82%
Motocicletas KTM Group	1,130,761.54	1.06%
Otros Productos	2,471,750.91	2.31%
Total	107,181,008.99	100.00%

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 12
Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC. Por Productos,
Periodo 2019 - 2021



Fuente: SOCOPUR SAC.

Por lo expuesto, se acepta la segunda hipótesis específica en el sentido que los productos más vendidos por la empresa SOCOPUR SAC. fue Llantas y Cámaras, durante el periodo 2019 – 2021, ascendiendo al monto de S/. 24,815,935.44; valor que significa el 23.15% de las ventas totales.

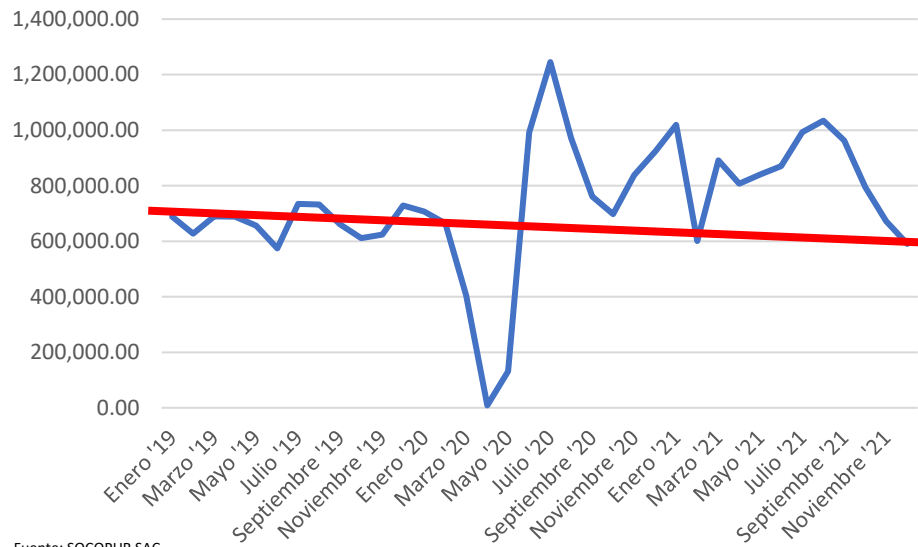
La Tabla N° 13, demuestra el comportamiento de los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC., acontecidos durante el periodo 2019 – 2021. En ella se puede notar que la utilidad más alta se registró en Julio del 2020, habiendo llegado a S/. 1,245,240.00 gracias a una evolución positiva de 25.38% en comparación con el mes anterior. El segundo valor más elevado se reportó en el mes de agosto del año 2021, periodo en el que la utilidad fue de S/. 1,034,375.00. El tercer monto más elevado se dio en enero del 2021, habiendo llegado a la suma de S/. 1,018,967.00. Pero, asimismo, se debe resaltar que sostuvo valores diferentes mes a mes, con incrementos y deterioros, por lo que no mostró una tendencia homogénea a lo largo de los 36 meses.

Tabla N° 13
Resultados Del Ejercicio de la Empresa SOCOPUR SAC.,
Periodo 2019 - 2021

Años	Meses	Ventas (S/.)	Variación (%)
Año 2019	Enero	688,903.00	2.10%
	Febrero	626,973.00	-8.99%
	Marzo	689,767.00	10.02%
	Abril	688,973.00	-0.12%
	Mayo	655,600.00	-4.84%
	Junio	574,548.00	-12.36%
	Julio	734,433.00	27.83%
	Agosto	732,603.00	-0.25%
	Septiembre	660,753.00	-9.81%
	Octubre	611,202.00	-7.45%
	Noviembre	623,674.00	2.04%
	Diciembre	729,162.00	16.91%
Año 2020	Enero	707,381.00	-2.98%
	Febrero	664,191.00	-6.11%
	Marzo	404,533.00	-39.09%
	Abril	8,529.00	-97.89%
	Mayo	131,678.00	1443.89%
	Junio	993,143.00	654.22%
	Julio	1,245,240.00	25.38%
	Agosto	970,759.00	-22.04%
	Septiembre	760,824.00	-21.63%
	Octubre	698,142.00	-8.24%
	Noviembre	837,876.00	20.02%
	Diciembre	923,992.00	10.28%
Año 2021	Enero	1,018,967.00	10.28%
	Febrero	600,642.00	-41.05%
	Marzo	891,631.00	48.45%
	Abril	807,327.00	-9.46%
	Mayo	840,091.00	4.06%
	Junio	870,948.00	3.67%
	Julio	992,581.00	13.97%
	Agosto	1,034,375.00	4.21%
	Septiembre	962,489.00	-6.95%
	Octubre	794,057.00	-17.50%
	Noviembre	671,892.00	-15.38%
	Diciembre	590,173.00	-12.16%
Promedio General		734,390.33	54.19%

Fuente: SOCOPUR SAC.

Gráfico N° 13
 Resultados Del Ejercicio de la Empresa SOCOPUR SAC.,
 Periodo 2019 - 2021



Fuente: SOCOPUR SAC.

En conclusión, se rechaza la tercera hipótesis específica los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC. no tuvieron un comportamiento creciente durante el periodo 2019 – 2020, sino más bien fue variable.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En el estudio llevado adelante por Montes (2021), se buscó correlacionar la gestión de inventarios y las ventas de la empresa SOCOPUR SAC., correspondiente al periodo 2014 – 2018. En él, la autora evidencia la inexistencia de asociación entre las variables antes referidas debido a que el Coeficiente de Correlación alcanzó el valor de $r = 0.621684272$; y el Coeficiente de Determinación fue de $R^2 = 0.386491335$; ambos valores por debajo de los estándares mínimos exigidos para considerar una buena asociación entre ellas; en tal sentido, las ventas de la empresa están determinadas por otros factores pero no por la gestión de inventarios, por lo tanto se deberían revisar otros elementos, como por ejemplo la política de créditos, la evolución de las cobranzas, el comportamiento de la morosidad y la cartera pesada. Otro aspecto resaltante en el trabajo fue la ralentización del movimiento del stock de productos que forman parte del inventario, lo que trajo consigo que se produzca una sobreacumulación de ítems que, traducido en términos económicos, significa dinero improductivo para la empresa que resta posibilidades de dinamizar la administración en otros aspectos, como podría ser la contratación de más vendedores, o abrir nuevos puntos de venta, contratar nuevos concesionarios, etc. Por su parte, la presente tesis doctoral demuestra que las ventas y los resultados del ejercicio tuvieron una evolución variable a lo largo de los tres años estudiados, debiendo resaltar que para la investigación se tomó un año antes de la crisis (2019), el año de crisis (2020) y el año posterior a la crisis (2021). Sin embargo, se demuestra la existencia de asociación y determinación entre las mismas, siendo así que el Coeficiente de Determinación fue de $r = 0.986347411$ y el Coeficiente de Determinación de $R^2 = 0.972881216$. La búsqueda de asociación entre las variables antes mencionadas surge como respuesta a la afirmación de que, una mayor venta no necesariamente trae consigo mayores utilidades; sino, esto surge como una gestión adecuada y optimización en el uso de los recursos financieros, humanos, económicos, etc. Queda claro que, a partir del año 2021, post pandemia, las ventas y las utilidades crecieron significativamente.

En la investigación llevada a cabo por Valenzuela (2020) se analiza la venta de motocicletas y vehículos trimóvil de pasajeros (motokar), en los departamentos amazónicos de Loreto, Ucayali y San Martín. Dentro de los hallazgos de importancia se encuentra que el transporte público es realizado principalmente por motocarros y no por taxis, como sucede en otras ciudades. De la misma forma, el público utiliza la motocicleta como el transporte particular por excelencia, ya que son económicas, de fácil manejo y precios al alcance de las mayorías. Pero, esto trae consigo la demanda de repuestas para mantenerlas operativa, por lo que, la existencia de tiendas como SOCOPUR SAC. es sumamente importante, ya que pone al alcance de la población una gama de repuestos traídos de China, Taiwán, India y Japón, entre los más importantes. Dentro de las partes y piezas que requieren de recambio en el corto plazo se encuentran las llantas y cámaras, así como los engranajes y cadenas de transmisión. También el recambio de baterías suele ser muy frecuente, ya que el reemplazo se da cada 12 meses aproximadamente. En esta investigación de categoría doctoral, se analizan las ventas por producto de la empresa SOCOPUR SAC. acontecidas en la serie de años 2019 – 2021, teniendo a las Llantas y Cámaras como los productos más demandados, habiéndose llegado a facturar la suma de S/. 24,815,935.44; que representa el 23.15% de la venta total de los tres años estudiados. Estos repuestos lideran las ventas debido a la alta demanda que se presenta en el mercado de reposición. Otros repuestos muy requeridos fueron los Engranajes y Cadenas de Transmisión, al haber generado ingresos por la suma de S/. 16,598,119.83; monto equivalente al 15.49% de las ventas totales. Esta categoría de repuestos es denominada “sistema de arrastre”, y que muestran un gran desgaste debido al clima lluvioso de los departamentos amazónicos, requiriendo ser cambiados por los motocarros cada ocho meses en promedio. Entre las dos categorías de repuestos antes citadas se concentra el 38.64% de las ventas totales de la empresa; es decir, más de dos tercios de la misma; de ahí su importancia. Luego, vienen otros grupos de repuestos de acuerdo a su impacto en las ventas de la empresa, siendo el ítem Repuestos Para Motocicletas el que ocupa la tercera posición, debido a que las ventas realizadas ascendieron a S/. 13,742,854.49; igual al 12.82%.

La investigación efectuada por Calvin (2004), privilegia a las ventas como el soporte elemental en que reposa la empresa. Para ello, se debe desplegar una serie de estrategias y actividades que aseguren que éstas se mantengan en niveles que permitan cubrir los costos y obtener utilidades, que es lo que finalmente buscan las empresas. Dentro de las estrategias más conocidas está el fortalecimiento de la fuerza de ventas, donde la capacitación y el porcentaje de las comisiones deben ser sumamente importantes y atractivas para motivarles convenientemente. Esta estrategia debe incluir la apertura de nuevos puntos de venta y el reforzamiento de los ya existentes. El principal respaldo para el funcionamiento de esta estrategia es la existencia de un buen stock de inventario, concentrados en los repuestos y productos de mayor rotación. Es bastante conocido que el mercado de vehículos, tienden a posicionar se aquellos que tienen asegurado una buena oferta de repuestos, lo que asegura su operatividad durante su vida útil. La gestión de stock de inventarios debe concentrarse en reducir a lo mínimo necesario la cantidad de productos con poca rotación, y más bien poseer la cantidad suficiente de aquellos que muestran gran demanda; caso contrario, se estaría restando liquidez y dinamismo al resto de actividades de la organización. En este aspecto, la actual tesis doctoral pone en evidencia que las ventas de la empresa SOCOPOR SAC. tuvo una evolución variable a lo largo de los 36 meses estudiados, con incrementos y caídas de un periodo a otro, por lo que una de las principales tareas consiste en identificar las causas de este comportamiento. Solo así se podrá asegurar un comportamiento homogéneo de las ventas y, por ende, de los resultados del ejercicio. Bajo este enfoque, las ventas del año 2019 ascendieron a S/. 33,091,130.00; a pesar de haber sufrido de una contracción de -0.32% comparativamente con lo conseguido el año 2018. El año 2020 no fue un año típico, ya que este periodo se vio afectado por la pandemia mundial del COVID 19 que provocó el cierre de la economía y la producción en casi todo el mundo. Esta situación provocó que las ventas de la empresa se redujeran brevemente en -0.40% respecto al 2019, gracias a las estrategias adoptadas por los directivos y ejecutivos de SOCOPUR SAC. Aún así, las ventas llegaron a S/. 32,958,404.00. En el año 2021 se regresó a la normalidad haciendo que las ventas retomaran la senda del crecimiento en un 24.80%, llegando a S/. 41,131,475.00.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

1. Se propone que la empresa SOCOPUR SAC. mantenga un fondo de contingencia que le permita hacer frente a las crisis que se puedan presentar en el mercado, tal como sucedió en el año 2020. Este fondo se debe crear con un porcentaje de las utilidades obtenidas, y le permitirá, por ejemplo, hacer frente a la caída de las ventas por cuestiones exógenas, así como asegurar la no ruptura de la cadena de pagos y cubrir temporalmente la morosidad de los clientes que son atendidos con ventas al crédito. El fondo de contingencia no debe permanecer ocioso, sino, por lo contrario, debe estar invertido en carteras de activos financieros altamente rentables y de conversión casi inmediata, que le permita convertirlas en líquidas en el muy corto plazo. También está llamado a asegurar la reposición de stock en épocas de crisis.
2. Se propone que la empresa SOCOPUR SAC. implemente estrategias corporativas que tienda a asegurar un comportamiento creciente de las utilidades en forma sostenida, ya que en la actualidad son variables de un periodo a otro. En este camino, la aplicación de una planificación estratégica se torna necesaria, identificando los factores internos y externos en la consolidación de los resultados del ejercicio crecientes, así como la protección ante las amenazas existentes; pero, aprovechando oportunamente las oportunidades que presente el mercado. En este sentido, la innovación y la disrupción deben ser una constante, buscando estos factores entre el personal creativo y profesionalizado. La posibilidad de éxito de esta estrategia toma en cuenta el monitoreo continuo del mercado, donde la habilidad de los ejecutivos los debe llevar a anticiparse al comportamiento de la competencia y al giro del mercado. Para ello, el contar con una clase ejecutiva de primer nivel es requerida totalmente, donde se combine capacitan de primer orden y experiencia en el rubro.

3. Se propone que se lleve a cabo una gestión de inventarios moderna, aplicando las últimas técnicas y programas, que reduzca el tener gran cantidad de productos con lenta rotación y, contrariamente, se deberá adquirir el stock suficiente de los productos de mayor movimiento que asegure el abastecimiento por dos meses consecutivos, sin pedidos de reposición. El trabajar de esta manera reducirá la cantidad de dinero ocioso atrapado en inventario de productos sin movimiento, quitando liquidez al resto de operaciones de la empresa que podrían redundar en mayores ventas y utilidades. El costo de mantener dinero líquido ocioso es muy alto, por lo que se debe buscar su utilización óptima.

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES

1. Luego de haber analizado los resultados y de validada la hipótesis general mediante el test estadístico, se concluye que las ventas tienen una relación directa con los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC., en el periodo 2019 – 2021. Afirmación sustentada en el resultado del Coeficiente de Correlación que fue de $r = 0.986347411$; muy próximo a +1; y el Coeficiente de Determinación que llegó a $R^2 = 0.972881216$; también muy alejado del estándar mínimo, demostrando que no existe determinación entre ellas, evidenciando la existencia de relación directa y determinación entre las variables investigadas.
2. Las ventas de la empresa SOCOPUR SAC. tuvieron un comportamiento variable a lo largo del periodo 2019 – 2021; es así como el máximo valor facturado se registró en el mes de Julio del 2020 llegando al monto de S/. 4,584,933.00; producto de haberse acumulado los pedidos no atendidos por cierre de la economía en los meses de marzo, abril y mayo como consecuencia de la pandemia. Justamente el mes con menor venta fue abril del 2020 ascendiendo a S/. 26,850.00. Los demás meses se caracterizaron por incrementos y reducciones en el valor vendido. A partir de enero
3. 2021 se nota una cifra mayor en las ventas, producto de la recuperación de la economía, pero también con aumentos y caídas.
4. Los productos más vendidos por la empresa SOCOPUR SAC en el periodo 2019 - 2021 fueron Llantas y Cámaras, por un valor de S/. 24,815,935.44; lo que equivale al 23.15% del total vendido. En segundo orden de importancia se ubican los productos Engranajes y Cadenas de Transmisión, con un monto facturado de S/. 16,598,119.83; valor que corresponde al 15.49% de las ventas totales. En la tercera ubicación se encuentran los productos Repuestos Para Motocicletas, cuya facturación ascendió a S/. 13,742,854.49; significando el 12.82% de las ventas

totales. Por lo tanto, se puede afirmar que estos tres grupos de productos representan el 51.46% de las ventas de la empresa.

5. Los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR SAC. tuvieron un comportamiento variable durante el periodo 2019 – 2021; es así que la mayor utilidad se dio en el mes de Julio 2020, registrándose el valor de S/. 1,245,240.00; producto de las mayores ventas después de la reapertura gradual de la economía a causa del COVID 19. El segundo mes con utilidades más altas se reportó en el mes de Agosto 2021 con una cifra de S/. 1,034,375.00. También, se debe precisar que los peores meses donde las utilidades cayeron fuertemente fueron Abril y Marzo del 2020, con S/. 8,529.00 y S/. 404,533.00 respectivamente.

CAPÍTULO VIII: RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que la empresa SOCOPUR SAC. mantenga vigente un fondo de contingencia que le permita hacer frente a crisis exógenas como la sucedida en el año 2020. Ello le permitirá permanecer en el mercado y capear el temporal. El fondo de contingencia no debe ser un fondo ocioso, sino debe estar invertido en carteras o productos financieros que se puedan volver líquidos en el muy corto plazo; para esto, la diversificación de instrumentos financieros es vital. En este sentido, la tarea debe recaer en el Gerente General y en la Gerencia de Finanzas. Lo que se busca es no estar tan expuestos a las crisis que podría redundar en el cierre de la empresa, tal como se pudo observar desde abril del año 2020.
2. Se recomienda que la empresa SOCOPUR SAC. implemente una serie de medidas y estrategias tendientes a mantener los resultados del ejercicio crecientes mes a mes, ya que, con resultados variables se dificulta la planificación estratégica de la misma. Si bien es cierto el mercado es un condicionante que casi nunca se puede controlar, pero una plana profesional ejecutiva bien entrenada y con experiencia puede anticiparse a los cambios haciendo que al menos se mantenga las utilidades del mes pasado. El conocimiento de los objetivos de la empresa por parte de todo el personal es sumamente necesario, para lograr el compromiso de los mismos. De la misma manera, las metas mensuales deben ser conocidas el primer día útil de cada mes.
3. Se recomienda que los stocks mantenidos como inventario sean manejados de manera eficiente, evitando tener cantidades grandes de productos con escasa rotación. Tal como ya se identificó en la investigación, los principales ítems vendidos están referidos al mercado de reposición; es decir, son repuestos, tales como: llantas, cámaras, engranajes, cadenas de transmisión, repuestos para motocicletas, etc.; es por ello que se debe efectuar las previsiones del caso para tener

stocks de estos productos que satisfagan la demanda de tres meses aproximadamente, periodo que es el utilizado para una reposición efectiva.

4. Se recomienda que la plana gerencial de la empresa no descuide el control de la fuerza de ventas, así como el proceso de otorgamiento de créditos. Con ello se busca dar continuidad a las ventas y no caer en morosidad por falta de pago de algunos clientes por las ventas al crédito. En este sentido, la evaluación de los créditos debe ser más rigurosa y actuar con mucha cautela. Un factor a tener en cuenta es la evaluación del riesgo moral de los clientes que solicitan esta opción. Por otro lado, la capacitación de los vendedores tiene ser permanente, reforzando las habilidades desarrolladas y aprendiendo otras. Es la única manera de garantizar un trabajo eficiente de los dedicados a esta actividad. También revisar periódicamente el programa de incentivos sobre las ventas.

CAPÍTULO IX: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Banco Central de Reserva del Perú. (2021). “Guía Metodológica”. (Publicación). Lima: Gerencia de Estudios Económicos del Banco Central de Reserva del Perú.
- Banco Central de Reserva del Perú. (2020). “Glosario de Términos Económicos”. (Publicación). Lima: Gerencia de Estudios Económicos del Banco Central de Reserva del Perú.
- Cabrera, A.; López, P. y Ramírez, C. (2011). “La Competitividad Empresarial: Un Marco Conceptual Para Su Estudio”. (Documento de Investigación). Bogotá: documento de Investigación N° 04. Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables. Universidad Central.
- Calvin, R. (2004). “Gerencia de Ventas: Modelos Para Desarrollar Estrategias y Tácticas de Ventas”. (Publicación). México, Granica.
- Del Águila, J. (2021). “Efectos de la Pandemia Por COVID – 19 en la Demografía Empresarial Del Perú, Periodo 2020”. (Tesis Magistral). Iquitos: Programa de Maestría en Gestión Empresarial. Escuela de Post Grado de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.
- Fischer, L. y Espejo, J. (2011). “Mercadotecnia”. (Publicación). Editorial: McGraw – Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V. Cuarta Edición. Ciudad de México.
- Haddad, J. y Chasquero, J. (2017). “Evaluación de Técnicas de Ventas y Manejo de Rotación de Inventarios y su influencia en las Ventas de Bodegas en Lima Metropolitana”. (Tesis Magistral). Lima: Escuela Internacional de Post Grado.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). “Glosario de Términos”. (Publicación). Lima: Departamento de Estudios Económicos.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2021). “Evolución de la Pobreza Monetaria 2009 – 2020”. (informe Técnico). Lima: Departamento de Estudios Económicos.
- Keynes, J.M. (1936). “Teoría General del Empleo, la Tasa de Interés y el Dinero”. (Publicación). Editorial Palgrave MacMillan. Reino Unido de Gran Bretaña: Cambridge University.
- Kotler, Ph. (1990). “Principios del Marketing”. (Libro). Editorial: Prentice Hall (Nueva York). (4ta. Edición).
- Mankiw, G. (2018). “Macroeconomía”. (Libro). Editorial: Worth Publishers 4ta. Edición. EE.UU.: Universidad de Harvard.
- Milla, Luis. (2016). “La Globalización en la Gestión de las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) de Confecciones en San Juan de Lurigancho, 2011 – 2012”. (Tesis Doctoral). Lima: Doctorado en Ciencias Contables y Empresariales. Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Contables. Universidad Nacional Federico Villarreal.
- Ministerio de Economía y Finanzas – MEF. (2021). “Glosario de Términos Presupuestarios”. (Publicación). Lima: Oficina de Publicaciones del Ministerio de Economía y Finanzas.
- Montes, C. (2021). “Influencia de la Rotación de Mercadería en Las Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Periodo 2014 – 2018”. (Tesis

- Magistral). Iquitos: Programa de Maestría en Gestión Empresarial. Escuela de Post Grado de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.
- Navarro, A. (2020). “17 Términos Contables Que Todo Autónomo, Emprendedor o Pequeño Empresario Debería Conocer”. (Publicación). España: Sage Group pl.
- Sachs, J. y Larraín, F. (1991). “Macroeconomía en la Economía Global”. (Publicación). México: Editorial Joaquín Porrúa.
- Smith, A. (1776). “La Riqueza de las Naciones”. (Publicación). México: Editorial Antoni Bosch.
- Solsol, A. (2021). “Influencia del Tipo de Empresa en la Población Económicamente Activa Del Perú, Periodo 2015 – 2019”. (Tesis Doctoral). Iquitos: Programa de Doctorado en Ciencias Empresariales. Escuela de Post Grado de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.
- Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Financiera – SUNAT. (2022). “Memoria Institucional 2021”. (Publicación). Lima: Gerencia de Comunicaciones.
- Valenzuela, S. (2020). “Evolución de Las Ventas de Los Vehículos Menores en la Región Loreto, Periodo 2013 – 2017”. (Tesis Magistral). Iquitos: Programa de Maestría en Gestión Empresarial. Escuela de Post Grado de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana.

A N E X O S

1. Estadística complementaria.

Estadística Complementaria N° 01				
Cumplimiento de las Metas en Ventas de la Empresa SOCOPUR SAC., Periodo 2021				
Nombre y Clase	Nombre Familia	Ventas (S/.)	Metas (S/.)	% Soles
03 LLANTAS Y CÁMARAS				
	LLANTAS MOTOCICLETA	6,501,644.25	11,312,428.05	57.47%
	0305 LLANTAS CUATRIMOTO/KART	2,514.01		
	CÁMARAS Y ACCESORIOS	2,494,094.68	3,630,535.25	68.70%
Total 03 LLANTAS Y CÁMARAS		8,998,252.94	14,942,963.30	60.22%
04 RODAMIENTOS				
	0405 RODAJES	1,768,432.43	2,135,720.17	82.80%
Total 04 RODAMIENTOS		1,768,432.43	2,135,720.17	82.80%
06 ENGRANAJES Y CADENAS DE TRANSMISIÓN				
	ENGRANAJES	2,974,866.64	3,818,622.63	77.90%
	CADENAS	3,126,255.57	4,476,248.26	69.84%
	0670 KIT DE ARRASTRE	314,620.79	500,950.02	62.80%
Total 06 ENGRANAJES Y CADENAS DE TRANSMISIÓN		6,415,743.00	8,795,820.91	72.94%
08 BUJÍAS, BATERÍAS				
	BUJÍAS DE ENCENDIDO	1,143,460.99	1,377,079.48	83.04%
	BATERÍAS	1,793,797.90	2,982,565.59	60.14%
Total 08 BUJÍAS, BATERÍAS		2,937,258.88	4,359,645.07	67.37%
11 LÍNEA DE FUERZA				
	MOTORES ESTACIONARIOS Y MOTOBOMBAS	2,348,519.09	3,501,967.17	67.06%
	GENERADORES Y MOTOSOLDADORAS	799,436.00	1,317,237.53	60.69%
Total 11 LÍNEA DE FUERZA		3,147,955.09	4,819,204.70	65.32%
13 LUBRICANTES, GRASAS Y SILICONAS				
	1306 LUBRICANTES DE MOTOR	3,360,396.61	3,602,650.00	93.28%
	1307 LUBRICANTES TRANSMISIÓN	1,490.96	20,550.68	7.26%
	1308 MANTENIMIENTO Y VARIOS	4,063.90	7,200.01	56.44%
	1315 DESCUENTOS Y BONOS LUBRICANTES			
Total 13 LUBRICANTES, GRASAS Y SILICONAS		3,365,951.47	3,630,400.69	92.72%
17 MOTORES				
	1701 MOTORES DE MOTOCICLETAS	3,275,166.50	5,444,812.71	60.15%
Total 17 MOTORES		3,275,166.50	5,444,812.71	60.15%
26 REPUESTOS PARA MOTOCICLETAS				
	PARTES Y PIEZAS DE MOTOR	2,070,708.30	3,397,802.82	60.94%
	SISTEMA ELÉCTRICO	453,549.27	678,496.94	66.85%
	SISTEMA DE SUSPENSIÓN	610,442.35	1,068,183.62	57.15%
	RPTOS RUEDAS	876,806.07	1,207,878.31	72.59%
	PARTES Y COMPONENTES DE CHASIS	554,537.82	808,735.78	68.57%
	ACCESORIOS	0.00		
Total 26 REPUESTOS PARA MOTOCICLETAS		4,566,043.81	7,161,097.47	63.76%
TOTAL GENERAL		34,474,804.12	51,289,665.02	67.22%

Fuente: SOCOPUR SAC.

2. Instrumento de recolección de datos.

Ficha de Registro de Datos N° 01
Evolución de las Ventas de la Empresa SOCOPUR
S.A.C., Periodo 2019 - 2021

Meses	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
Enero		
Febrero		
Marzo		
Abril		
Mayo		
Junio		
Julio		
Agosto		
Septiembre		
Octubre		
Noviembre		
Diciembre		
Total		

Fuente: SOCOPUR SAC.

Ficha de Registro de Datos N° 02
Productos Vendidos Por la Empresa SOCOPUR
S.A.C., Periodo 2019 – 2021

Productos	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
Llantas y Cámaras		
Motocicletas		
Repuestos		
Lubricantes		
Línea de Fuerza		
Motores		
Bicicletas		
Otros		
Total		

Fuente: SOCOPUR SAC.

Ficha de Registro de Datos N° 03
Comportamiento de Los Resultados de Operación de
la Empresa SOCOPUR S.A.C., Periodo 2019 - 2021

Meses	Monto (S/.)	Porcentaje (%)
Enero		
Febrero		
Marzo		
Abril		
Mayo		
Junio		
Julio		
Agosto		
Septiembre		
Octubre		
Noviembre		
Diciembre		
Total		

Fuente: SOCOPUR SAC.

3. Tabla de operacionalización de variables.

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicador	Índice	Instrumento
Variable Independiente: Ventas.	Ingresos por el expendio de productos realizado por la empresa SOCOPUR S.A.C., en un periodo determinado.	Variable Independiente (X): Ventas.	a) Evolución de las ventas. b) Ranking de los productos vendidos	➤ Creciente. ➤ Decreciente. ➤ Constante ➤ Llantas y cámaras. ➤ Motocicletas. ➤ Repuestos. ➤ Otros	Ficha de registro de datos. Ficha de registro de datos.
Variable Dependiente: Resultados del Ejercicio.	Pérdidas o ganancias obtenidas por la empresa SOCOPUR S.A.C. después de un periodo de operaciones.	Variable Dependiente (Y): Resultados del Ejercicio.	a) Comportamiento de los resultados del ejercicio.	➤ Creciente. ➤ Decreciente. ➤ Constante.	Ficha de registro de datos.

4. Matriz de consistencia

Título de la investigación	Problema de investigación	Objetivos de la investigación	Hipótesis	Tipo de diseño de estudio	Población de estudio y procesamiento	Instrumento de recolección
"Las Ventas y los Resultados Del Ejercicio de la Empresa SOCOPUR S.A.C. Periodo 2019 - 2021".	<p>General</p> <p>¿Cuál es la relación entre las ventas y los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2019 - 2021?</p>	<p>General</p> <p>Determinar la relación entre las ventas y los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2019 - 2021.</p>	<p>General</p> <p>Las ventas se relacionan directamente con los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR S.A.C., en el periodo 2019 - 2021.</p>	<p>Tipo de investigación.</p> <p>Cuantitativa por su naturaleza, y Correlacional por su nivel de explicación.</p>	<p>Población.</p> <p>13 grupos de productos comercializados por la empresa.</p>	Ficha de registro de datos.
	<p>Específicos</p> <p>1. ¿Cuál es la evolución de las ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2019 - 2021?</p> <p>2. ¿Cuáles son los productos más vendidos por la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2019 - 2021?</p> <p>3. ¿Cuál es el comportamiento de los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2019 - 2021?</p>	<p>Específicos</p> <p>1. Analizar la evolución de las ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2019 - 2021.</p> <p>2. Identificar los productos más vendidos por la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2019 - 2021.</p> <p>3. Analizar el comportamiento de los resultados del ejercicio de la empresa SOCOPUR S.A.C. en el periodo 2019 - 2021.</p>	<p>Específicas</p> <p>1. Las ventas de la empresa SOCOPUR S.A.C. tiene una evolución creciente en términos generales, en el periodo 2019 - 2021.</p> <p>2. Los productos más vendidos por la empresa SOCOPUR S.A.C. son llantas y cámaras, en el periodo 2019 - 2021.</p> <p>3. Los resultados del ejercicio tienen un comportamiento creciente en el periodo 2019 - 2021.</p>	<p>Diseño de investigación.</p> <p>No Experimental.</p>	<p>Procesamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ La información recopilada será procesada con la hoja de cálculo Excel. ➤ Se calculará el Coeficiente de Correlación (r). ➤ Se calculará el Coeficiente de Determinación (R²). ➤ Se elaborará el Informe Final de Tesis para su sustentación. 	