



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS EMPRESARIALES Y
PEDAGÓGICAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS

**UTILIDADES NETAS, VENTAS NETAS Y LOS
RESULTADOS ANTES DE IMPUESTOS EN LA
EMPRESA GLORIA S.A. PERÍODO 1999-2020**

PRESENTADA POR

BACH. GUIDO WILFREDO CARRASCO YLLATARCO

ASESOR

MGR. JAIME SERAPIO CARPIO BANDA

PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO COMERCIAL

MOQUEGUA - PERÚ

2023

ÍNDICE DE CONTENIDO

Contenido	
Página de Jurado	1
Dedicatoria.....	2
Agradecimiento.....	3
Índice	4
Lista de tablas	6
Lista de figuras.....	6
Resumen.....	7
Abstract.....	8
Introducción.....	9
CAPÍTULO I: PROBLEMA.....	11
1.1. Planteamiento del problema.....	11
1.2. Formulación del problema de Investigación.....	21
1.2.1. Problema general.....	21
1.3.2. Problemas específicos.....	21
1.3. Objetivos General y específico.....	22
1.3.1. Objetivo general.....	22
1.3.2. Objetivos específicos	22
1.4. Justificación de la Investigación.....	23
1.5. Variables Operacionalización.....	23
<i>Definición operativa de variables e indicadores.</i>	24
1.6. Hipótesis	24
1.6.1. Hipótesis general.....	24
1.6.2. Hipótesis específicas.....	24
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	25
2.1. Antecedentes	25
2.2. Bases Teóricas	52
2.3. Marco conceptual.....	63
CAPÍTULO III: MÉTODO.....	66
3.1. Tipo de investigación.....	66
3.2. Diseño de investigación.....	66
3.3. Población y muestra.....	67
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	67
3.5. Técnicas de procesamiento de datos.....	67

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	69
4.1 <i>Presentación de resultados</i>	69
4.2. Contrastación de resultados	72
4.3. Discusión de resultados.....	78
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	87
5.1. Conclusiones.....	87
5.2 Recomendaciones	88
Referencias bibliográficas.....	89
Anexos	92
Anexos: Matriz de consistencia	92
Anexo: 2 Instrumentos.....	94

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Lista de tablas

Tabla 1	13
Tabla 2	15
Tabla 3	16
Tabla 4	24
Tabla 5.....	69
Tabla 6	73
Tabla 7	92
Tabla 8	94

Lista de figuras

Figura 1	15
Figura 2	16
Figura 3	18
Figura 4	19
Figura 5	20
Figura 6	21
Figura 7	70
Figura 8	70
Figura 9	71
Figura 10.....	71
Figura 11	72
Figura 12.....	74
Figura 13.....	75
Figura 14.....	76
Figura 15.....	77

RESUMEN

Determinar que, las utilidades netas de la empresa GLORIA S.A. se explica por las ventas netas y los resultados antes de impuestos en el período 1999-2020.

Es una investigación básica que pretende correlacionar cuán importante son las ventas y el RAI para lograr incrementar las utilidades de la empresa. Se utilizó información de 22 años donde los expedientes fueron obtenidos de la BVL en el año 2021.

Es una pesquisa no experimental con enfoque cuantitativo, en el análisis se emplea el método inductivo.

El R cuadrado que es de 98.97% para el modelo encontrado entre utilidades de Gloria S.A. y que ella depende de ventas netas y resultados antes de impuestos, con probabilidad menor a 0.05, lo cual es importante por generar seguridad estadística.

Cuando las ventas se incrementan entonces la utilidad neta se ve en aumento. La relación es del 77%, una relación alta. Que los resultados antes de impuestos se relacionan con las utilidades de la empresa. En esa perspectiva se puede observar que la relación de ambas variables es de 99.28%. Hay concordancia inversa entre costos de ventas y utilidades netas. Es de -74.8%. La relación entre activos y ventas es de 98.83%, alta y significativa.

Se ha probado que las utilidades de la empresa Gloria S.A. depende de ventas y el RAI en los años 1999-2020.

Palabras clave. Utilidades netas, ventas netas, Resultados antes de impuestos.

ABSTRACT

To determine that the net profits of the company GLORIA S.A. is explained by the net sales and the results before taxes in the period 1999-2020.

It is basic research that aims to correlate how important sales and RAI are to increase the company's profits. This was done for 22 years where the records were obtained from the BVL in the year 2021.

It is non-experimental research with an approach to quantify the analysis using the inductive method.

The R-squared is 98.97% for the model found between Gloria S.A.'s profits and that it depends on net sales and pre-tax results, with prob. less than 0.05, which is important for generating statistical certainty.

When sales increase then net income is seen to increase. The ratio is 77%, a high ratio. That the results before taxes are related to the company's profits. In that perspective it can be observed that the relationship of both variables is 99.28%.

There is an inverse concordance between cost of sales and net profits. It is -74.8%.

The relationship between assets and sales is high, 98.83% high and significant.

It has been proved that the profit of Gloria S.A. depends on sales and Rai in the years 1999-2020.

Key words. Net income, net sales, RAI.

INTRODUCCIÓN

Toda empresa quiere lograr utilidades porque permite fortalecer el capital social y hacer crecer el patrimonio y consolidar activos. Por lo mismo que resulta vital preguntarse, ¿Influyen las ventas netas y los resultados antes de impuestos en los niveles de utilidad neta de la empresa GLORIA S.A. en el período 1999-2020? En ese sentido las referencias obtenidas por experiencias de otras empresas, ocurre que las utilidades son mayores si las ventas son importantes. Al final el caso de empresas como LAIVE S.A. o mineras como SPCC, Cerro verde o bancos en el análisis de series longitudinales hace posible aceptar esta hipótesis.

La solidez de los emprendimientos, es vital para una economía como la del Perú. Se ha probado que promover mayor número de empresas asegura el incremento de impuestos y creación de empleo, proporcionando así ingresos a las familias locales. Y mejoraría la calidad de vida de miles de peruanos. Así mismo los proveedores de materia prima se verían beneficiados. Sobre todo, los principales proveedores, en este caso de productos lácteos.

Según la comprensión de los técnicos, es de suma importancia en las empresas invertir y ampliar su mercado, porque significa desarrollo para los clientes internos o proveedores.

Para saber qué explica Leche Gloria S.A., es importante porque confirmaría el método teórico de que las ventas combinan utilidades y activos.

En la práctica, durante los últimos 22 años Gloria S.A., ha ampliado su patrimonio, ha consolidado su capital social, y eso le ha permitido emplear a miles de trabajadores y, sobre todo, diversificar su producción. Los clientes confirman que

la diversificación de la producción es permanente y que se está llegando mercados latinos y europeos.

También se desarrollan los ítems de los capítulos 1 al 5 que incluyen el problema hasta las recomendaciones.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

La empresa Leche Gloria S.A. en los últimos 22 años ha demostrado que es posible crecer empresarialmente vía el valor agregado, de generar bienes sofisticados y diversificando la producción.

Y eso se puede notar no necesariamente en la empresa Gloria, también en otra similar como es LAIVE; en ese sentido ambas copan la adquisición de leche como insumo en el país. Ese oligopsonio ha dado paso a buenos resultados económico para ambas empresas.

Por lo mismo que LAIVE y LECHE GLORIA, al primer trimestre logran del año 2022, 42 millones de soles en utilidades. Ello representa medio millón de soles diarios.

Esto ocurre cuando el valor agregado genera buenas utilidades. La materia prima (leche) la producen miles de ganaderos.

Era de esperarse los resultados siempre fabulosos de la empresa Leche Gloria S.A. y también de otra “pequeña” LAIVE S.A. Se conoce por estudios de INDECOPI, la empresa Gloria desde el año 2002 hasta el año 2014, ha tenido, aproximadamente, el 72% de la adquisición de la leche fresca de los agricultores y ganaderos de la

zona sur, zona central y zona norte del país. De otro lado LAIVE S.A. ha sido la segunda en esta opción con un 9.9% en promedio y Nestlé con 8.9%. Luego vienen en relación Andina y otros recolectores o compradores de leche fresca.

Respecto de la estructura financiera de LECHE GLORIA S.A. al primer trimestre 2022, se puede decir que las finanzas de la empresa GLORIA son óptimas. Las ventas netas de esta empresa se han incrementado ligeramente de 921 millones de soles a 949 millones de soles, eso es lo que vende con valor agregado. Que los activos se han incrementado a 3605 millones de soles, un incremento importante, el patrimonio ha crecido a 1300 millones.

Respecto de las finanzas de LAIVE S.A. Se puede afirmar que las actividades de ventas netas se mantienen en 165 millones de soles, los activos se mantienen en 480 millones de soles, el patrimonio lo hace con una media de 221 millones de soles.

Por lo mismo donde se mire la empresa leche Gloria es mucho más sólida, mucho más solvente que la empresa Laive, por el tamaño, por el nivel de ventas y obviamente también por el patrimonio. Aunque las dos son un oligopolio en la venta de productos lácteos y son oligopsonio en la compra de leche. Ambas consiguen en promedio medio millón de soles de utilidades al día, en el período de análisis.

Tabla 1

Leche Gloria S.A.

(Miles de soles)	I TRIM 2021	I TRIM 2022
Ventas netas	921,993	949,516
Utilidades netas	73,141	36,750
Total, de activos	3 563 625	3 605 474
Total, Patrimonio	1 264 202	1 300 952
Capital Emitido	382 502	382,502

Nota. BVL

Laive S.A.

(Miles de soles)	I TRIM 2021	I TRIM 2022
Ventas netas	147,884	165,262
Utilidades netas	-730	6,013
Total de Activos	491,876	480,675
Total Patrimonio	221,016	221,549
Capital Emitido	72,426	72,426

Nota. BVL

Entre los años 2020 y 2021 presenta también interesantes resultados, como se puede observar, similar de lo ocurrido en el primer trimestre del año 2022.

Leche Gloria y Laive han logrado muy buenas utilidades en los años 2021 y 2022.

Esto ratifica lo que se señalaba respecto a que Gloria es el principal comprador de leche fresca y por eso que se denota que las utilidades de la empresa leche Gloria al 2021 son de 226 millones de soles, cuando el año pasado les fue mucho mejor con 243 millones de soles.

En el caso de la utilidad neta de Laive que para el año 2020 fue de 8.2 millones de soles mientras que en 2021 cierra con 12.6 millones.

La Estructura Financiera de LECHE GLORIA S.A.

Se puede decir que las finanzas de la empresa GLORIA están muy bien. Las ventas netas de esta empresa se han incrementado ligeramente de 3618 millones de soles a 3771 millones de soles, eso es lo que vende con valor agregado. Que los activos se han incrementado a 3153 millones de soles, un incremento importante, el patrimonio ha sufrido una disminución de 1845 millones a 1260 millones y el impuesto a la renta que paga es de aproximadamente unos 110 millones de soles. Hay que caracterizar que la rentabilidad de ventas está en promedio de 6.7%, la rentabilidad de inversión en un promedio del 7.3% y la rentabilidad del patrimonio ha mejorado casi llega a 18% en el año 2021.

LAS FINANZAS DE LAIVE.

Se puede afirmar que las actividades de ventas netas se mantienen una media de 630 millones de soles, los activos se mantienen en 490 millones de soles, el patrimonio lo hace con una media de 230 millones de soles y el impuesto la renta pagada asume los 6 millones de soles hay que observar que la rentabilidad de ventas es bastante baja llega casi un 2%, la rentabilidad de inversión a un 2, 5%, y la rentabilidad del patrimonio a 5.5%.

Por donde se mire la empresa leche Gloria es mucho más sólida, mucho más solvente que la empresa Laive por el tamaño, por el nivel de ventas y obviamente también por el patrimonio.

Tabla 2

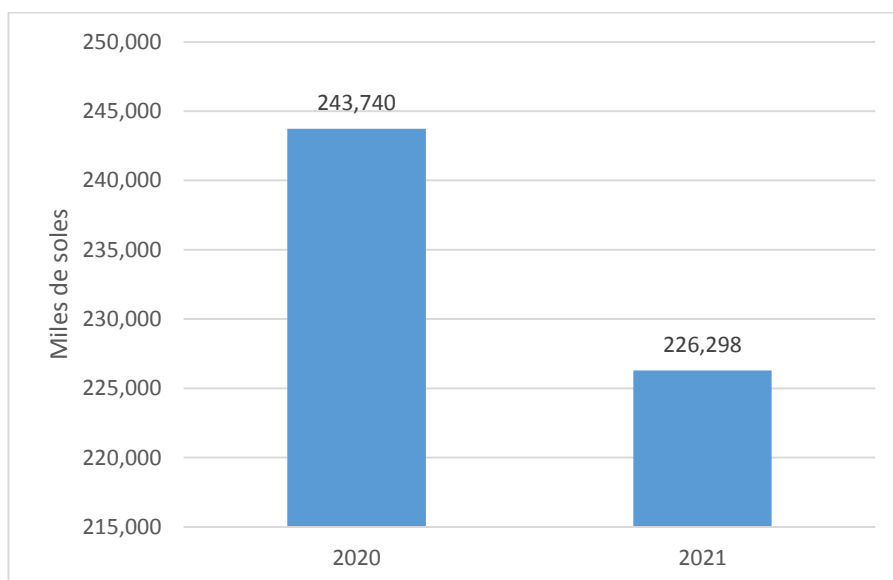
Utilización de leche fresca (%) - Empresa

Empresa	2002	2012	2013	2014
Gloria	72.3	70	69.3	72
Laive	9	10.1	10.6	9.9
Nestlé	12.3	10.3	10.7	8.9
P&Andina		1.1	0.8	0.8
Otros	6.4	8.5	8.6	8.4
Total	100	100	100	100

Nota. INDECOPI

Figura 1

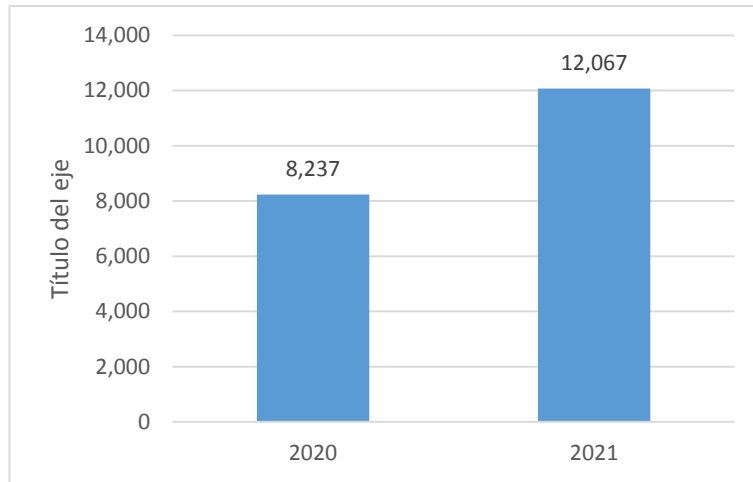
Utilidad Neta De Leche Gloria S.A. (Antes Gloria S.A.)



Nota. SMV

Figura 2

Utilidad neta de LAIVE S.A.



Nota. SMV

Tabla 3

Leche Gloria S.A. (Antes Gloria S.A.)

Miles de soles	2020	2021
Ingresos de Actividades Ordinarias	3,618,774	3,771,447
Utilidad neta	243,740	226,298
Total de activos	3,153,744	3,563,625
Total Patrimonio	1,845,904	1,264,202
Impuesto a la renta	-113,545	-103,687
Rentabilidad de ventas (%)	6.7	6.0
Rentabilidad de la inversión (%)	7.7	6.4
Rentabilidad del patrimonio (%)	13.2	17.9

Nota. BVL

Laive S.A.

Miles de soles	2020	2021
Ingresos de Actividades Ordinarias	615,132	646,137
Utilidad neta	8,237	12,067
Total de activos	490,848	491,876
Total Patrimonio	248,821	221,016
Impuesto a la renta	-4,686	-6,064
Rentabilidad de ventas (%)	1.3	1.9
Rentabilidad de la inversión (%)	1.7	2.5
Rentabilidad del patrimonio (%)	3.3	5.5

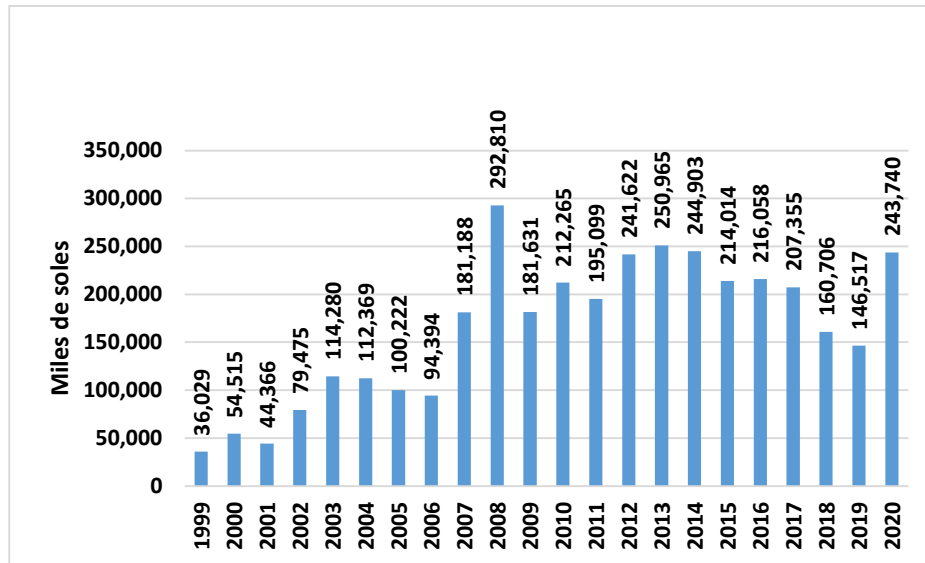
Nota. BVL

Corresponde entonces analizar las cuentas de la empresa Leche Gloria S.A..

¿Qué ha ocurrido en los últimos años desde 1999 al 2020?, es la pregunta que se debe hacer para comentar sobre la utilidad neta de la empresa Leche Gloria. Para el caso se debe recordar que las utilidades netas el año 99 fueron de 36 millones de soles, existe un incremento paulatino hasta el año 2003 que llegó a 114 millones de soles, en ese período se mantuvo el 2004 y paró relativamente el 2005 y volvió a caer en el 2006 a 94 millones de soles. Posteriormente se observa crecimiento de las utilidades anuales llegando en el año 2008 su pico en el período de análisis, que fue de 292 millones de soles; luego logra una media de aproximada de 240 millones de soles. En el año 2019 llega a 146 millones de soles y en el 2020 cierra con 243 millones de soles, se observa una tendencia al alza por parte de la empresa Gloria S.A. dado que la media en los primeros años no superaba los 40 millones de soles y la media de los últimos años es aproximadamente de 180 millones de soles logrando cuotas significativas que superan los 250 millones para llegar hasta 292 millones de soles consolidando la bonanza de la empresa Leche Gloria S.A. los últimos años demostrado por su permanente crecimiento.

Figura 3

Utilidad (pérdida) neta del ejercicio

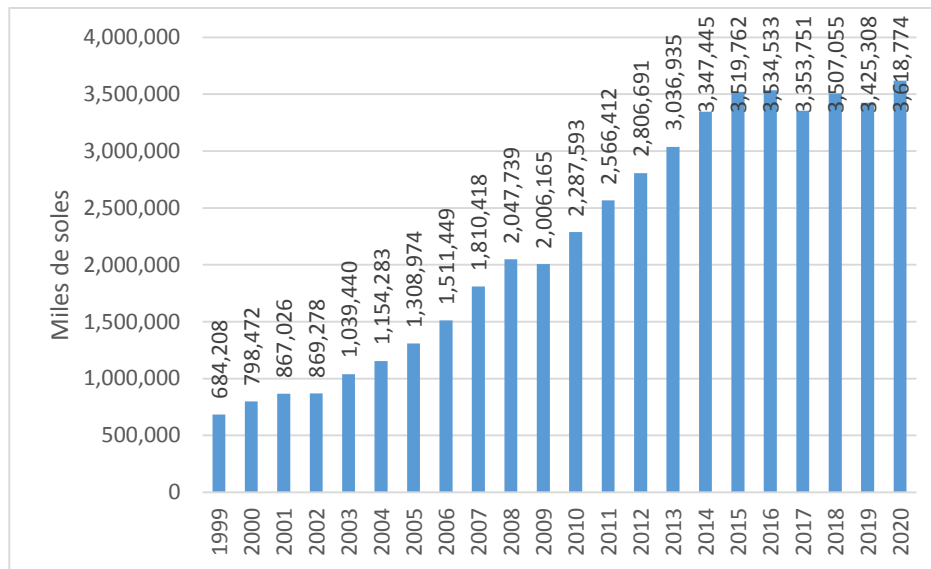


Nota. SMV

De la misma manera también cuando se habla de las ventas netas vienen los resultados óptimos de la empresa las que hay en el recuerdo de 1999, cuando la empresa vendía por 684 millones de soles. Esto fue creciendo paulatinamente obteniendo los mil millones de soles en el año 2003 para luego en el año 2008 superar los 2047 millones de soles y en el año 2013 superar los 3000 millones de soles, las significativas fueron logradas el año 2016 con ventas de 3534 millones de soles mientras que en el 2020 se consolidó con 3618 millones de soles. Se observa aquí una tendencia positiva, porque comparar un crecimiento de 684 millones de soles a 3600 millones, se habla de un crecimiento de seis veces mejor dicho un 500%. Lo cual marca una diferencia favorable para que las utilidades también en determinados períodos sean incrementales.

Figura 4

Ventas Netas (ingresos operacionales)



Nota. SMV

Al observar la rentabilidad de la empresa leche Gloria S.A., se recuerda que las rentabilidades provienen de las ventas, del patrimonio y de la inversión, en ese sentido se debe destacar en esta ocasión dos rentabilidades de la empresa: la rentabilidad sobre ventas y la rentabilidad sobre patrimonio, por ejemplo que por cada 100 soles que se vendía por parte de la empresa en el año 1999 ganaba 5.3 soles, en el año 2003 por cada 100 soles de ventas, 11 soles era utilidad neta, en el año 2008 por cada 100 soles de ventas 14.3 soles era utilidad neta, una muy buena utilidad sobre ventas. Se puede afirmar que en el período tuvo un nivel de rentabilidad de 7.7%.

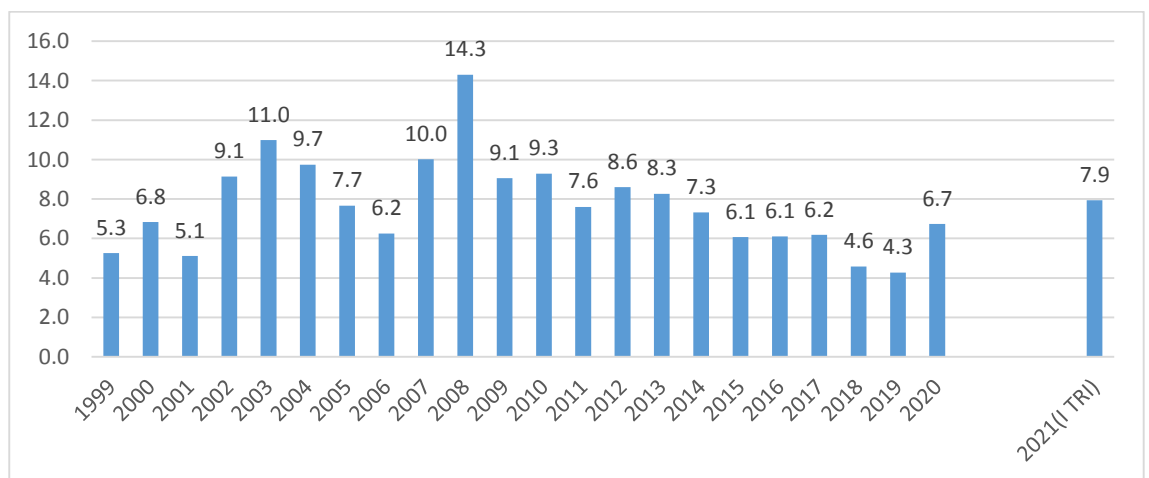
En una media de más o menos 7 soles por cada 100 soles de venta en utilidades netas en el período 1999 al 2020 de tal manera que una rentabilidad promedio de ventas de la empresa ha sido más o menos de un 7% anual.

En relación a la rentabilidad sobre el patrimonio se debe también señalar que en el año 1999 por cada 100 soles de patrimonio la empresa lograba 7.5 soles de utilidad neta que crece en el año 2008 a 14.3 soles por cada 100 soles de patrimonio.

Luego se mantiene en una media de 8 soles aproximadamente por cada 100 soles de patrimonio que tenía la empresa, quiere decir entonces que la empresa GLORIA sea en la rentabilidad de ventas o en la rentabilidad de patrimonio ha logrado promedios importantes que la hacen bastante asequible al mercado siendo una empresa que por volumen lograba las utilidades que hemos mencionado líneas arriba.

Figura 5

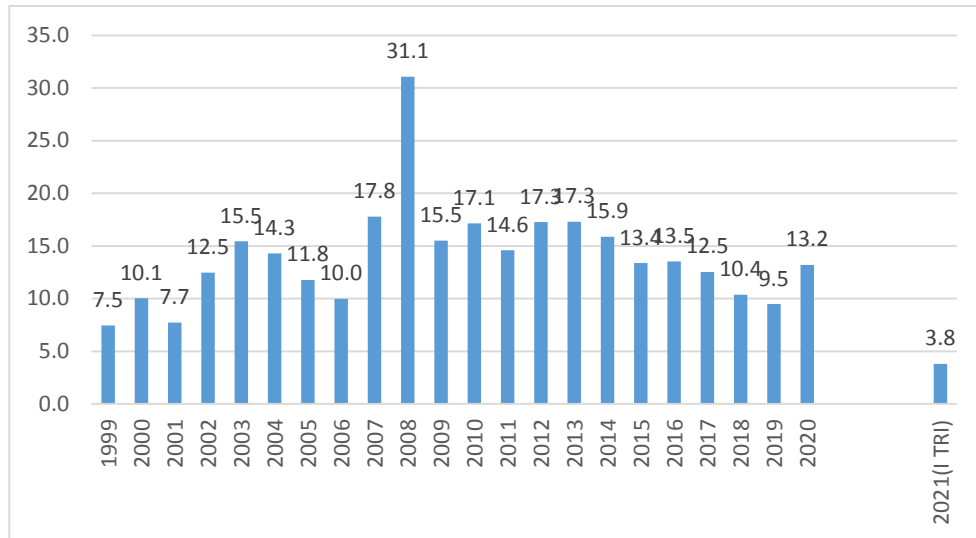
Rentabilidad Sobre Ventas % (UN/VENTAS (%))



Nota. SMV

Figura 6

Rentabilidad Sobre El Patrimonio % (UN/PATRI (%))



Nota. SMV

1.2. Formulación del problema de Investigación.

1.2.1. Problema general

¿Cómo influyen ventas netas y los resultados antes de impuestos en los niveles de utilidad neta de la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020?

1.3.2. Problemas específicos

¿Cómo es la relación entre ventas netas y utilidades netas de la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020?

¿De qué manera se relaciona utilidad neta y los resultados antes de impuestos en la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020?

¿Cuál es la relación entre utilidad neta y costo de ventas de la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020?

¿Cómo es la relación entre activos totales y ventas netas en la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020?

1.3. Objetivos General y específico.

1.3.1. Objetivo general.

Determinar que, las utilidades netas de la empresa GLORIA S.A. se explica por las ventas netas y los resultados antes de impuestos en el periodo 1999-2020.

1.3.2. Objetivos específicos

Demostrar que, existe relación directa entre las ventas netas y las utilidades netas de la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.

Probar que, existe relación directa entre utilidad neta y los resultados antes de impuestos en la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.

Contrastar que, existe relación inversa entre utilidad neta y costo de ventas de la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.

Determinar que, existe relación directa entre activos totales y ventas netas en la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.

1.4. Justificación de la Investigación.

El crecimiento empresarial es vital para una economía como la peruana. Se ha demostrado que lograr mayor número de empresas permite una mejor tributación y crear empleo y con ello lograr ingresos para las familias locales. Y ello permitiría mejorar la calidad de vida de miles de peruanos de manera directa por su vínculo con la empresa y de manera indirecta por los principales proveedores en este caso de la leche como materia prima.

Según la percepción de los ciudadanos es de suma importancia en la actividad empresarial que éstas inviertan y amplíen sus mercados porque ello significa desarrollo para los clientes internos y externos.

Saber qué explican las utilidades de Leche Gloria S.A. es muy importante dado que confirmaría la metodología teórica que las ventas consolidan utilidades y que ella consolida activos.

Que en la práctica en los últimos 22 años se ha consolidado sus activos, se ha consolidado su patrimonio, se ha consolidado su capital social y ha permitido contratar miles de trabajadores y sobre todo diversificado la producción. Los clientes notan que la diversificación en la producción es permanente y llegan a otros mercados latinos.

1.5. Variables Operacionalización.

VD: Utilidad neta

Indicadores

VI1: Ventas netas

VI2: RAI

Indicadores

Tabla 4*Definición operativa de variables e indicadores.*

Variable	Dimensiones	Indicadores	Escala	Escala de medición
Utilidad Neta	Ingresos netos	soles	De razón	Alto, medio, bajo
	Costo de ventas	soles	De razón	Alto, medio, bajo
V1: Ventas netas	Precio	soles	De razón	Alto, medio, bajo
	Cantidad	Unidades	De razón	Alto, medio, bajo
V2: Resultados antes de impuestos	Impuesto a la Renta	soles	De razón	Alto, Medio, bajo

*Nota. SMV***1.6. Hipótesis****1.6.1. Hipótesis general**

Las utilidades netas de la empresa GLORIA S.A. se explica por las ventas netas y los resultados antes de impuestos en el período 1999-2020.

1.6.2. Hipótesis específicas

Existe relación directa entre las ventas netas y las utilidades netas de la empresa GLORIA S.A. en el período 1999-2020.

Existe relación directa entre utilidad neta y los resultados antes de impuestos en la empresa GLORIA S.A. en el período 1999-2020.

Existe relación inversa entre utilidad neta y costo de ventas de la empresa GLORIA S.A. en el período 1999-2020.

Existe relación directa entre activos totales y ventas netas en la empresa GLORIA S.A. en el período 1999-2020.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

1.- El autor (Vidaurre, 2020) se propuso el objetivo, Analizar la magnitud del impacto del financiamiento en el incremento de los ingresos por ventas de Gloria S.A. para 1998-2018.

1. Determinar el impacto de la deuda financiera en el desarrollo de las entradas por ventas en leche - Gloria S.A. de la misma manera el impacto del financiamiento espontáneo de la deuda y el impacto del financiamiento patrimonial en la progresión de las ventas de Leche Gloria S.A.

Metodología: El método de investigación es cuantitativo, en otras palabras, sistemática y objetiva. El tipo de estudio es básico, de niveles, descriptivo, relacional y explicativo con diseño no experimental utilizando la econometría. Empresa única: Leche Gloria S.A., 21 años de datos por año para el período 1998-2018 de este perfil de empresa única.

Resultado: Vidaurre (2020, p. 8), “Una exploración bibliográfica de la literatura acerca de guías econométricas relacionados con el financiamiento y los ingresos por ventas de una compañía peruana evidencia una privación de trabajos en este

campo de la investigación financiera”, por lo que antes era difícil. Recomendaciones: “para promover futuras investigaciones que afronten este tema y hacer recomendaciones para tipos econométricos efectivos que consientan a la gerencia optar disposiciones ajustadas en su gestión financiera” (Vidaurre, 2020, p. 8).

En cuanto a lo que dicen Ross, Westerfield, y Jaffe (2012, p. 68), dicen “Claramente, el financiamiento exterior forzoso y el incremento están correspondidos. Si no interceden otros factores, a mayor tasa de incremento de las ventas o de los activos, mayor la demanda”, relacionado con la investigación realizada por la empresa de investigación, Porque durante el tiempo de estudio, la tasa de incremento anual concertada de la financiación de la deuda financiera a corto plazo fue del 6,95%, mientras que la tasa de crecimiento anual compuesta de la deuda financiera a largo plazo fue del 5,50%.

Asimismo, como señalan Van Horne y Wachowicz (2010, p. 579), “por lo general, el financiamiento inicial procede de los constituyentes, parientes y amistades. Para algunas empresas, esto es suficiente para comenzar, si inmovilizan ganancias en el futuro. Ya no precisarán financiamiento de capital propio externo”, Vidaurre (2020, p. 8) afirmó que “para la empresa en estudio Leche Gloria S.A. ha retenido y reinvertido utilidades durante el período de estudio para financiar y facilitar el incremento de sus ingresos por ventas”, por lo que está directamente relacionado con la investigación ejecutada.

Asimismo, Bravo (2017) afirma que “puede ser trascendental tomar decisiones de financiamiento a raíz de la emisión de deuda o capital para impulsar el crecimiento de la empresa”, lo cual está directamente relacionado con el contenido de la

investigación, ya que “esto es precisamente lo que la empresa Leche Gloria S.A. realizó, la emisión de bonos incrementó su deuda financiera a una tasa de crecimiento anual compuesta del 5,87%” (Vidaurre, 2020, p. 8) para conseguir los fondos forzosos para invertir en operaciones y proyectos de inversión que permitan su esparcimiento y ampliación en empresas de investigación.

Igualmente, Arias (2017) “última que los recintos de belleza, por el dinamismo de su actividad económica, precisan financiamiento para poder invertir en activos que brinden un servicio superior y una mayor rentabilidad”, lo cual es congruente con el trabajo de investigación actual, está directamente relacionado, porque la empresa del estudio ha utilizado más financiamiento para elaborar proyectos de inversión en activos fijos y capital laborales y ayudarlos a aumentar los ingresos por ventas.

Suárez (2018) afirma que “la financiación actualmente es un factor clave para aseverar el incremento y progreso de un negocio”, lo que está directamente relacionado con los resultados de este estudio, ya que la financiación con deuda financiera, la financiación con deuda espontánea y la financiación con acciones son los factores clave en los ingresos por ventas de Leche Gloria S.A. El factor clave que incide positivamente en el crecimiento es el que se genera durante el aprendizaje.

Gitman (2007, p.550) afirma que “a medida que aumentan las ventas de la empresa, las cuentas por pagar acrecientan para hacer frente al aumento de las compras requeridas para mayores niveles de producción” está directamente relacionado con la investigación ejecutada, ya que los pasivos espontáneos aumentaron en un 8,39 % ,compuesto promedio anual durante el .período de investigación, Calculado en términos de cuentas por pagar, aumentó 7.0%, los gastos acumulados acrecentaron

11.83% y su contribución a los ingresos por ventas tiene una tasa de crecimiento anual compuesta de 9.06%.

Los resultados del documento son consistentes con la teoría del orden jerárquico, ya que las empresas en esta encuesta utilizaron primero la reinversión de ganancias en el orden de "facturación promedio de 53,38 millones" para financiamiento interno durante el período de estudio" (Vidaurre, 2020, p. 4), (Anexo 11) forma parte de patrimonio, representando un promedio anual del 54,0% en la estructura de financiamiento (ver Anexo 9.2). El segundo es la negociación de bonos financieros en el mercado bancario y mercado de capitales emitió bonos corporativos para financiamiento, representando el 26,6% de la estructura de financiamiento. No utilizó fuentes de financiamiento externo para la emisión de nuevas acciones ordinarias. Por otro lado, sí aprovechó al máximo la fuente de financiación espontánea de la deuda sin coste financiero claro, representando un promedio del 16,6% anual en la estructura de financiación.

Conclusiones: La deuda financiera confirmada, la deuda voluntaria y el financiamiento de capital tuvieron un impacto positivo y significativo en el incremento de las ventas de Leche Gloria S.A. en línea con el objetivo general. Periodo 1998-2018. Se utilizó un análisis de regresión multivariante para comparar los supuestos generales, y se demostró de forma independiente mediante la estadística t de Student que $t=10,03$ para el cálculo heredado de t_{cPat} , $t=4,23$ para el cálculo de la deuda financiera de t_{c-DF} , $t_{c-pe}=3,86$ para el cálculo pasivo espontáneo t es mayor que la t de la tabla con $t_t = 2.086$ y combinada con el estadístico F justifican el modelo, la F calculada $F_c = 746.72$ es mayor que la tabla $F_{ft} = 3.20$.

Se confirmó que el financiamiento de la deuda financiera tuvo un impacto positivo y significativo en los ingresos por ventas de Leche Gloria S.A., ya que para obtener una mayor tasa de crecimiento de los ingresos por ventas, se utilizó más financiamiento externo a través de la deuda financiera, utilizando únicamente tc Significado conjunto del estadístico de Student de $t = 10.48 > t_{tt} = 2.086$ y el modelo con estadístico F. de Fisher de $F_c = 66.73 > F_{tt} = 4.38$.

El financiamiento espontáneo de deuda supuestamente tuvo un impacto positivo significativo en el crecimiento de las ventas de Leche. Gloria S.A. Porque cuando aumentaron los ingresos por ventas, se utilizaron mayores cuentas por pagar a proveedores y otros pasivos espontáneos. Esta suposición se justifica por el estadístico t de Student con $t_c = 16,75 > t_{tt} = 2,086$ solo y conjuntamente por el modelo con el estadístico F. de Fisher con un $F_c = 167.93 > F_{tt} = 4.38$.

Reconoció que el financiamiento de capital tuvo un impacto positivo y significativo en los ingresos por ventas de Leche. Gloria S.A. Ya que la empresa ha estado refinanciando parte de sus ganancias en capital de trabajo y activos fijos para mantener el crecimiento de las ventas. Esta suposición se justifica por el estadístico t de Student, que calcula $t_c = 29,10 > t_{tt} = 2,086$ y el estadístico F de Fisher con $F_c = 464,97 > F_{tt} = 4,38$.

2.- En la tesis: PLAN DE FINANZAS PARA LA EMPRESA GLORIA S.A., de (Huaman Espinoza & Puente de la Vega Caceres, 2017)

Objetivo: En este trabajo de investigación se inspecciona la situación financiera de la compañía Gloria S.A., para ello se basa en un inclemente estudio de los estados financieros de los últimos 4 años y pronósticos para los estados financieros del

2021. El análisis profundiza en la extraordinaria diferencia en las decisiones de gestión y financieras desde que comenzó el negocio. Una vez más, se acentúan los eventos que llevaron a la realidad de 2016.

Conclusiones: El mercado lácteo en el Perú es una de las industrias que ha crecido a una tasa anual superior al 5,4% en los últimos 5 años, ya que los consumidores tienden a poseer una vida más saludable, razón por la cual el consumo per cápita va aumentando paulatinamente.

Este crecimiento en el consumo de leche está obligando a las empresas del sector a enfocarse más en la inversión continua en tecnología y el desarrollo incesante de productos novedosos, nuevas líneas de productos, nuevas formas de presentación, nuevas marcas, en otras palabras, empresas que cambian al ritmo de la demanda mercado.

Gloria S.A. tiene presentemente una colaboración del 84,8% del mercado de leche evaporada. Este producto es el más relevante del mercado entre sus diversas marcas y displays, simbolizando el 56,30% de sus ingresos, incluidas las exportaciones, al cierre de 2016.

Con su fuerte reconocimiento de marca y su amplia red de distribución nacional, la empresa ha mantenido una sólida posición en el mercado, lo que le permite mantener la integración vertical de todos los procesos, desde la recolección de leche fresca hasta la producción y comercialización del producto, por lo que cuenta con Los productores de leche fresca proveedores mantienen una estrecha relación.

Por otro lado, Gloria S.A. mantiene buenas métricas y cobertura de deuda, es decir, a pesar de sus crecientes niveles de endeudamiento, la empresa brinda métricas sólidas para su industria, haciéndola financieramente sana.

Según análisis de Gloria S.A. Dado que PPI y PPC han aumentado en los últimos 5 años, no ha manejado de modo óptimo sus indicadores de gestión, por lo que el efecto se transpone directamente a CCE, CCE además ha aumentado, De esta forma, no se optimiza el capital de trabajo de la empresa.

Posteriormente, la continuación de la tendencia a la baja en el ROE (2012-2016) tuvo un impacto característico en el valor de la compañía. Estos canjes se deben esencialmente al uso ineficaz de los márgenes comerciales (en términos de su estructura de costos), asimismo es importante resaltar que la rotación de activos de la compañía no auxilió a mejorar el ROE, primordialmente debido a un menor incremento de las ventas, mientras que los activos.

3.-- Para el autor (Huarcaya Condori, 2020) su trabajo tuvo el objetivo , de Analizar los resultados de Leche Gloria S.A. 2017-2019.

a) Análisis de la utilidad por rotación de activos de Leche Gloria S.A. en 2017-2019.

b) Examinar la rentabilidad de la empresa Leche Gloria S.A. sobre ventas netas del periodo 2017-2019.

d) Estudiar la rentabilidad sobre el patrimonio para el período 2017-2019.

c) Estudio de la utilidad neta de la inversión de Leche Gloria S.A. en 2017-2019.

e) Investigar la rentabilidad neta de capital para el período 2017-2019.

Metodología: Utilizando métodos científicos, analíticos, inductivos, deductivos y estadísticos, observa y recopila datos de estados financieros utilizando métodos horizontales, verticales e índices de rentabilidad económica y financiera.

Resultados: La empresa tiene como actividad primaria la producción y mercantilización de leche evaporada en los sectores lácteo y alimentario, con una participación del 78% de las empresas líderes del mercado.

La empresa Gloria S.A. logra niveles de rentabilidad, revisando información del 2000 - 2010 para un óptimo estudio. La empresa Gloria S.A., apoyada en políticas como crédito, equipo, maquinaria e innovación, incrementa utilidades y da continuidad a la producción. Aznarán (2014)

Farro (2018), con respecto a la rentabilidad de Ola Comercializadora, muestra que la entidad generó utilidad en 2016 y pérdida en 2017, Según cálculos pormenorizados, la rentabilidad sobre los ingresos (utilidad neta/ventas) fue en 2016 (0,47 %) y 2017 (-0,17 %), y la rentabilidad sobre activos fue en 2016 (2,93 %) y 2017 (-0,74 %). La equidad estuvo en 2016 (3,61%) y 2017 (-1,66%), lo que hizo que los accionistas se preocuparan por sus inversiones.

La empresa Leche Gloria S.A. constituye de práctica, trabajadores preparados, producción, capacidad, lo que es significativo para conseguir esto si la rentabilidad de la empresa corresponde a los resultados obtenidos anteriormente.

Conclusiones: 1. Dentro del alcance general de la compañía Leche. Gloria S.A. claramente concurre la rentabilidad, luego de valorar el periodo 2017 al 2019. Se calcularon 5 dimensiones siendo alta la rotación de activos (1.07), la rentabilidad sobre ventas netas y la rentabilidad neta de capacidad y la inversión es (0.06). ROE (0,13) y ROE (0,54) fueron moderados. También se ha cumplido con un incremento en los aportes de inversión, desarrollando la capacidad de desembolso de los recursos financieros aplicados. Cabe mencionar que la tasa de utilidad anual

disminuye paulatinamente, haciéndose más pronunciada en 2019, aunque Leche Gloria S.A. es grande y famosa.

2. Se determina que la tasa de rotación de los activos de venta generados por la inversión de la empresa es relativamente alta y el valor promedio es relativamente alto. Ventas Netas 2017 S/.3,353,751 Activos Totales S/.3,211,042 es igual a (1.04), Ventas Netas 2018 S/.3,507,055 Activos Totales S/.3,273,884 es igual a (1.07) y Ventas Netas 2019 S/.3,425,308 Activo total S/.3,259,474 es igual (1.05)

3. El nivel de utilidad de las ventas netas es obviamente bajo, la empresa logra cubrir la producción con menores costos y gastos y convertirla en utilidad, revelando eficiencia en el proceso de producción, gestión y venta. Este es el detalle del 2017, utilidad neta S/.207,355 y ventas. Netas S/.3,353,751 es igual (0.06) 6%, 2018 utilidad neta S/.160,706 y ventas netas S/.3,507,055 es igual (0.05) 5% y 2019 neta utilidad S/.146,517 y ventas netas S/.3,425,308 es igual (0.04) 4%. El índice más bajo en 2019 fue (0,04).

4. Se concluye que el nivel de utilidad neta de la inversión es bajo, utilidad neta 2017 S/.207,355 activos totales S/.3,211,042 promedio (0.06) 6%, utilidad neta 2018 S/.160,706 activos totales S/.3,273,884. promedio (0.05) 5% y utilidad neta 2019 S/.146,517 Activo total S/.3,259,474 Promedio (0.04) 4%. Estas consecuencias evidencian las ganancias generadas por los activos y las inversiones, evidenciando la calidad y eficiencia de la producción.

5. Ultima que la rentabilidad de los activos netos se encuentra en un nivel medio, permite la realización de reinversión de las utilidades generadas, distribución de utilidades a los accionistas ya la sociedad al cierre de cada ejercicio fiscal. La observación detallada es el exponente más grande (0.13). Las secuelas son utilidad

neta 2017 S/.207,355 patrimonio S/.1, 653,610 promedio (0.13) 13%, utilidad neta 2018 S/.160,706 patrimonio S/.1, 548,986 promedio (0.10) 10% y utilidad neta 2019 S/.146,517 Patrimonio S/.1 545 503 Promedio (0.09) 9%.

6. Determine que el rendimiento neto del capital se encuentra en un nivel promedio. Durante esos tres años, ningún capital adicional generó mayores ganancias y rendimientos para los accionistas. Utilidad neta 2017 S/.207,355, Utilidad neta 2018 S/.160,706, Utilidad neta 2019 S/.146,517 Capital social homogéneo S/.382,502, Esto resultó en una tasa alta de 54% en 2017, una tasa promedio de 42% en 2018 y una tasa baja de 38% en 2019.

4.- En la tesis: “Estructura de capital y crecimiento empresarial: caso de la empresa Laive en el período 2004-2015”, de (Vasquez Cordano & Bendezu Medina, 2008)

Objetivo: Explique cómo se capitaliza Laive S.A. Durante el período 2004-2015, contribuyó al desarrollo de la empresa.

1. Determinar cómo crecerán las ventas de la empresa Laive S.A. Afectar el crecimiento de las ganancias de la compañía en el periodo 2004-2015.

2. Valorar cómo la inversión afectó el crecimiento de Laive S.A. en 2004-2015.

3. Explique cómo el apalancamiento financiero afectó el crecimiento de Laive S. A. durante 2004-2015.

Resultados: 1. El EBITDA es una de las métricas financieras más conocidas y es fundamental en cualquier estudio esencial de una compañía, su sigla en inglés significa EBITDA previamente de amortización, depreciación, impuestos e intereses.

El EBITDA, no obstante, no forma fragmento de la cuenta de pérdidas y ganancias de una compañía, está íntimamente atañida con ella y es una medida aproximada de

la capacidad de una empresa de considerar únicamente sus actividades productivas para generar beneficios, eliminando así la subjetividad de las asignaciones, el impacto o la variabilidad de los pasivos o legisladores actuales en materia tributaria arbitraje sobre cuestiones.

El EBITDA se calcula con base en el resultado operativo final de la empresa, excluyendo los intereses y cargas impositivas, o la reducción de valor por amortización o depreciación, con el fin moderno de exponer el resultado operativo puro de la empresa; por lo que los componentes financieros (intereses sobre la deuda), los impuestos (impuestos), los cambios en el valor de los activos fijos (depreciación) y el recobro de la inversión (amortización) corresponden excluirse de este indicador.

El coeficiente de correlación lineal de Pearson entre las ventas y la variable EBITDA es de 0.978, lo que simboliza que concurre una alta correspondencia positiva entre las ventas de Laive y su capacidad de generar utilidades.

2. La inversión anual de Laive en activos reales tiene un fuerte efecto directo sobre sus ventas, como puede verse en la dimensión significativa y positiva del coeficiente de correlación lineal de Pearson de 0,639 entre las dos variables.

3. El estacionamiento financiero de Laive Company tiene un impacto directo en sus ventas, lo que se puede ver en la magnitud positiva significativa del coeficiente de correlación lineal de Pearson 0.640 entre las dos variables.

Conclusión: 1. No hay duda de que las ventas de Laive S.A. han crecido. Ayudó prósperamente al crecimiento de la utilidad durante 2004-2015; no obstante, el perfeccionamiento continuo en las ventas de una empresa es a su vez resultado del comportamiento positivo de algunas variables de su ambiente, como el buen

desempeño de la economía nacional (PIB) y el auge minero (precios internacionales del cobre al alza).

El resultado del coeficiente de correlación lineal de Pearson es de 0,9775, lo que simboliza que concurre una fuerte correlación positiva entre la evolución del PIB del país y las ventas de la empresa de Laive.

El coeficiente de correlación lineal de Pearson es de 0,8503, lo que representa que concurre una alta correlación positiva entre el período de auge minero del país y la evolución del PIB del país durante ese período.

2. A lo largo del período 2004-2015, la empresa Laive S.A. ha correspondido una política de inversión activa en activos fijos tangibles (plantas, máquinas, equipos, tanques fríos, etc.) e intangibles (aplicaciones informáticas, etc.), lo que ha sido positivo por sus continuas influencias de crecimiento.

3. El objetivo de la empresa Laive S. A. en materia de administración de capital es resguardarse su capacidad de perpetuar como negocio en marcha, generando así retornos para sus accionistas y beneficios para sus grupos de interés (ofrecer oportunidades de empleo formal para sus empleados, de pequeños productores lecheros compran allí leche cruda, pagan impuestos a la SUNAT, etc.) y mantienen una estructura de capital óptima, reduciendo así su costo de capital.

Ancassi Huanca, Angélica Tula

Durante el periodo 2004-2015, el apalancamiento financiero de Laive S.A. fue cercano a 2, lo que le permitió convertir sus magros rendimientos económicos en rendimientos financieros relativamente aceptables para los accionistas; durante el periodo de estudio, problemas de liquidez.

5.- La autora: (Ancassi Huanca, 2018), se planteó el **Objetivo:** Establecer la conducta de los costos de comercialización y su impacto en la rentabilidad de la empresa Grupo Yesur S.R.L. para el periodo 2014, 2015 & 2016.

1. Decretar los costos de comercialización de Grupo Yesur S.R.L., para el período 2014-2015-2016.

2. Fijar la rentabilidad de Grupo Yesur S.R.L. para el periodo 2014, 2015 & 2016.

Resultado: La metodología utilizada en este estudio es un enfoque analítico para analizar los elementos de costos de marketing, un enfoque descriptivo utilizado para estudiar los registros de compras, ventas, Kardex y estados financieros.

resultados: De acuerdo con los resultados relacionados con la HIPÓTESIS ESPECÍFICA 01, en el período 2014-2015, el comportamiento de los costos de comercialización de las líneas de producción de cemento y hierro de Grupo Yesur S.R.L. generaron menos ingresos que las tuberías de PVC, hierro corrugado - 2016, (Chambergó, 2009) Los costos comerciales están representados por los gastos necesarios para facilitar la venta de los bienes, finalizarlos, entregarlos y cobrarlos. Estos son los costos de publicidad, promoción, ventas, marketing, actividades de investigación de mercado.

Como el trabajo (Chalco y Delgado, 2016) titulado “QUENCORO - VARONES DEL CUSCO - PERÍODO .2015 COSTO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES DE MADERA EN CÁRCELES”, en el taller de carpintería de la institución penitenciaria de hombres del Cusco, El costo de producción de muebles de madera se establece de manera empírica y antitécnica y tiene un impacto directo en la comercialización, como se muestra en las tablas 6

y 24, donde los reclusos desconocen el costo de producción y pagan las materias primas de sus productos por costo, sin perseguir una estructura de costos adecuada. Costos de comercialización necesarios para la venta de mercancías (cemento y hierro corrugado, tubería de PVC, hierro corrugado), transporte, costos de adquisición, estiba en nuestro trabajo de investigación, en los resultados de nuestra investigación, con base en las tasas de cotización para diferentes períodos, mostramos La utilidad del cemento y la línea de hierro corrugado es inferior a la de los tubos de PVC y calamina, y la tasa de contribución de la línea de cemento en 2014 fue de 1,94%. La línea de hierro corrugado representó el 9,93%, mientras que la línea de PVC representó el 18,40% y la línea de calamina el 16,59% del margen de contribución conseguida. Durante 2015, el aporte marginal obtenido por la línea de cemento fue de 3.38%. El alambre de hierro corrugado representó el 16,34%, la tubería de PVC el 18,38% y la calamina el 20,73%. Durante 2016, el aporte marginal obtenido por la línea de cemento fue de 1.30%. El alambre de hierro corrugado representó el 10.42%, la tubería de PVC el 16.49% y la calamina el 21.38%, con base en estos resultados consideramos que la conducta del costo de comercialización de los diversos commodities ha sido diferente debido al alto capital para adquirir estas materias primas, no exponen hacer un margen de contribución adecuada.

Coincidimos con los autores (Chalco y Delgado, 2016) en que las compañías no establecen muy bien los costos, lo conciben de manera empírica, y esto se irradia en las determinaciones de marketing, asimismo impactar en la rentabilidad de una empresa.

De acuerdo a las secuelas relacionadas con el supuesto específico 02, la rentabilidad es menor debido a los altos gastos operativos y financieros de la empresa GRUPO YESUR S.R.L. para el periodo 2014, 2015 & 2016.

Según (Lima, 2015) en su trabajo resumiendo la rentabilidad de las empresas del grupo JICA, estos costos y gastos son muy bajos respecto a los altos costos de mano de obra directa y los gastos generales incurridos en la formulación de cada proyecto que afectan la rentabilidad de la empresa.

Los gastos de administración, comercialización y financieros afectan la rentabilidad de la empresa Grupo Yesur S.R.L. Durante los diferentes periodos estudiados se obtuvo una rentabilidad neta del 2,71% en el 2014, una rentabilidad neta del 2,23% en el 2015 y una rentabilidad neta del 3,40% en el 2016 debido a mayores gastos operativos en los periodos estudiados.

Coincidimos con los autores (Lima, 2015) en ambas investigaciones en que los gastos operativos son enaltecidos y estos afectan derechamente la rentabilidad de una empresa, resultados que se obtienen aplicando ratios que muestran una verdadera salud financiera.

Según los autores (Berrío y Castrillón, .2008), la ganancia del costeo variable depende de las ventas, mientras que el sistema de costeo total muestra como único dato que la mayor ganancia proviene de la producción. La presentación de la cuenta de resultados bajo coste variable proporciona a la dirección el control de costes y la toma de decisiones en base al criterio de margen de contribución o estudio de márgenes.

Según los autores, los efectos alcanzados en la presente investigación pueden realizar un sistema de costeo variable basado en las ventas de productos para

administrar mejor las utilidades de la empresa, ya que nos evidencia una mejor administración de decisiones.

$$\text{Margen de Utilidad Bruta} = \frac{\text{Utilidad Bruta} \times 100\%}{\text{Ventas Netas}}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta después de Impuestos}}{\text{Ventas}}$$

1. Sobre los supuestos generales

La realización de costos de comercialización puede afectar negativamente la rentabilidad de la empresa GRUPO YESUR S.R.L. Durante 2014, 2015, 2016.

De acuerdo a las Tablas 3, 4, 8, 19 y Figuras 1, 2, se acepta este supuesto debido a que el comportamiento de los costos de comercialización del producto tiene un impacto negativo en la rentabilidad de la empresa, ya que su rentabilidad fue de 2.71% durante el 2014 con respecto a las ventas 2015 con un índice de rentabilidad de 2.23% sobre sus ventas en 2016 y 3.60% durante 2016, estas rentabilidades se encuentran en niveles bajos.

2. En cuanto a los supuestos específicos 1

En la empresa GRUPO YESUR S.R.L., el costo de comercialización de las líneas de producción de cemento, el hierro arroja rendimientos inferiores a las tuberías de PVC, hierro corrugado. Durante 2014, 2015, 2016.

Con base en las Tablas 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, aceptando los supuestos, demostramos que los costos de comercialización de cemento y alambre corrugado durante 2014 generaron menos ingresos que la tubería de PVC y línea de producción de piedra de calamina, Con base en el margen de utilidad comercial logrado por la línea de cemento en 1.94% y el hierro corrugado en 9.93% durante

el período anterior, en comparación con 18.40% para la línea de oleoducto y 16.89% para la línea de calamina, asumiendo que las líneas de cemento y hierro corrugado usan más fondos para adquisiciones, durante 2015 los beneficios generados por las líneas de cemento y hierro corrugado fueron menores a los de las líneas de PVC y corrugado, la tasa de utilidad actual de las líneas de cemento fue de 3.38%, mientras que la de las líneas de hierro corrugado fue de 16.34% en relación a los ductos, alcanzando una utilidad de 18.38%, la rentabilidad de las líneas de producción de calamina es de 20.73%, asumiendo que las líneas de producción de cemento y hierro corrugado manejan más capital en compras, durante el 2016 las líneas de cemento y hierro corrugado generaron menos utilidades que las de PVC y tubería corrugada, y obtuvieron una tasa de rentabilidad del 1,30%, El hierro corrugado es del 10,42%, mientras que la .línea de oleoducto tiene una .rentabilidad del 16,49% y la línea de calamina tiene una rentabilidad del 21,38%, ocupando que las líneas de cemento y hierro corrugado manipulan más capital en la adquisición.

3. En cuanto a los supuestos específicos 2

La rentabilidad es baja con respecto a los gastos operativos y financieros de Yesur S.R.L. Durante 2014, 2015, 2016.

Acorde con las Tablas 15, 16, 17, 18, 19 y la Figura 03, si se establece el supuesto, en 2014 los gastos de administración representaron el 27,07%, los gastos de venta el 42,15% y los gastos financieros el 30,81%. En términos de rentabilidad, el margen de utilidad bruta fue 7.56%, el margen de utilidad operativa fue 5% y el margen de utilidad neta fue 2.71%; durante 2015, los gastos administrativos representaron 49.11%, Los gastos de comercialización representaron el 45,28 %, los gastos financieros representaron el 5,62%, el margen de beneficio bruto fue del

7,33 %, el margen de beneficio operativo fue del 5,06 %, el margen de beneficio neto fue del 2,23 %; en 2016, los gastos de gestión representaron el 46,97 %, los gastos de venta representaron el 36,96 % y los gastos financieros representaron el 16,98%, el margen de utilidad bruta representó el 10,34%, el margen de utilidad operativa representó el 7,07% y el margen de utilidad neta representó el 3,60%.

6 .- En la tesis: “INFLUENCIA DE LAS ESTRATEGIAS DE COSTOS EN LA UTILIDAD NETA DE LA EMPRESA SERVICIOS AGROINDUSTRIALES DEL NORTE E.I.R.L., del autor (Avalos Canales, 2011) que en su **Objetivo:** Impacto del establecimiento de una estrategia de costos de almacenamiento de espárragos en la utilidad neta de la Empresa Servicios Agroindustriales del Norte E.I.R.L.

1. Establecer el porcentaje de obreros en la administración de Servicios Agroindustriales del Norte E.I.R.L. Conoce el estado actual de la empresa.
2. Decretar el grado de efectividad de las estrategias empleadas por los gerentes de Servicios Agroindustriales del Norte E.I.R.L.
3. Identificar las áreas de almacenamiento de espárragos donde la empresa Servicios Agroindustriales del Norte E.I.R.L genera mayor costo

Metodología: Este informe de investigación adopta un diseño no experimental, de corte transversal, y los siguientes métodos: inductivo-deductivo, hipotético-deductivo, analítico-sintético, finalmente se aplican las siguientes técnicas de investigación: entrevistas y encuestas.

En encuesta aplicable a ejecutivos, destaca que no todos los trabajadores están informados

Resultados: • Con base en una encuesta a los obreros de la rama ejecutiva de la empresa Servicios Agroindustriales del Norte E.I.R.L. Podemos vislumbrar que en cuanto a la gestión de costos de la compañía, no existe un canal de información efectivo para evidenciar las estrategias de costos.

- De acuerdo al estado de resultados del año 2010, vislumbramos la utilidad neta de la compañía Servicios Agroindustriales del Norte E.I.R.L. Una disminución del 12% en comparación con 2009. Y de acuerdo a los hallazgos de la encuesta empleada a los obreros de la rama ejecutiva de la compañía Servicios Agroindustriales del Norte E.I.R.L. El 100% sabe que la utilidad neta de la compañía ha rebajado con respecto al 2009, de los cuales solo el 45% sabe con certeza que el 12% ha disminuido.

- Con base en nuestro marco teórico, nos damos cuenta de que cuando el mercado consiste en diversos compradores sensibles al precio, cuando hay pocas formas de conseguir la diferencia del producto, o cuando existen numerosos compradores con fuerte poder de negociación, como los resultados de la encuesta, la encuesta es para los obreros de la rama ejecutiva de la empresa Servicios Agroindustriales del Norte E.I.R.L. Nos dimos cuenta de que la compañía no podía implementar efectivamente esta estrategia porque los costos de la empresa habían aumentado en los últimos años.

- De acuerdo con nuestro marco teórico, Servicios Agroindustriales del Norte E.I.R.L. Aplica la política de costos a todas las áreas de almacenamiento de manera común, pero sabe que no se aplica al mismo tipo de clientes en todas estas áreas de almacenamiento. Según los hallazgos, la encuesta es para los trabajadores de la administración de la empresa Servicios Agroindustriales del Norte E.I.R.L. Nos

dimos cuenta de que las áreas de cosecha de espárragos de la compañía variaban en términos de costos y márgenes de utilidad neta.

- De acuerdo con nuestro marco teórico, la empresa Servicios Agroindustriales del Norte E.I.R.L. Al trabajar con diferentes tipos de proveedores en cada área de almacenamiento de espárragos, la distancia entre el área de cultivo y el área de almacenamiento varía según la ubicación del área de almacenamiento en cada área, lo que resulta en diferentes costos de transporte para cada área de almacenamiento. para empleados de la rama ejecutiva de la empresa Servicios Agroindustriales del Norte E.I.R.L. Podemos vislumbrar que el 55% de las personas cree que los costos de envío son la causa de un gran incremento en los costos generales de la empresa.

7.- Para el autor (Ruíz Vásquez, 2020)Ruíz Vásquez, Brayan Jhordan, quien en su tesis: “UTILIDAD NETA DE LA EMPRESA AGROQUIMVET J&C SCRL-2018.”, plantea:

Objetivo: Análisis de la Utilidad Neta de Agroquimvet J&C SCRL

a) Análisis de los activos y fondos propios de la empresa Agroquimvet J&C SCRL.

b) Compare las utilidades de Agroquimvet J&C SCRL del periodo 2017 y 2018.

Metodología: Es metodológicamente sólido, ya que el estudio de los libros electrónicos y la renta se ejecutará mediante el uso de técnicas y herramientas que pueden servir como estrategias, incluso como base para otros esfuerzos de investigación, una vez que se haya demostrado su validez y confiabilidad. Investigar.

Resultado: La empresa Agroquimvet J&C SCRL pertenece al sistema Mype Tributario y ha aprobado la Resolución Reglamentaria N° 018-2015/SUNAT. Se

realizó un análisis de los documentos correspondientes a los estados financieros de la empresa Agroquimvet para examinar y comprender la rentabilidad alcanzada en los 2 últimos años del 2017 y 2018.

Se aplican razones financieras como el ROE para mostrarnos la utilidad que recibe un accionista o director de una empresa en función de su aporte al patrimonio, con resultados de 16% y 14% en 2017 y 2018, respectivamente. Esto significa menos retornos para los accionistas sobre su capital invertido y una baja capacidad de las empresas para pagar a los accionistas. Los resultados de ROA para los años fiscales 2017 y 2018 fueron 6% y 5%, respectivamente. Lo cual nos dice que por cada sol invertido se produce una rentabilidad de solo el 6%, lo que equivale a s/0.06, mientras que el resultado de 2018 fue del 5%, lo que justifica la caída de la rentabilidad sobre los activos.

En cuanto a la utilidad bruta, el resultado en 2017 fue del 18%, mientras que en 2018 fue del 15%, lo que simboliza que la utilidad relacionada con las ventas totales fue solo del 18%, Eso se compara con una caída del 3% en 2018, lo que significa mayores costos de ventas y menores ganancias. Utilidad neta, este margen fue de 9% en 2017 y 8% en 2017. En cuanto a las ventas, la utilidad neta fue de 9% en 2017 y 8% en 2018, lo que muestra claramente que su rentabilidad ha disminuido porque sus costos también han aumentado.

Según (Gitman y Joehnk, 2008). Esto es significativo ya que es una variable clave en la toma de decisiones de inversión, ya que nos consiente evaluar las ganancias esperadas de varias inversiones en función del nivel de rentabilidad que necesitamos.

Además de esto, puede generar expectativas futuras a través de cálculos históricos. (pág. 91).

Asimismo, se realiza el análisis horizontal y vertical de activos, pasivos y patrimonio. (Cuadro 2) muestra la evolución de los activos en 2017 y 2018, Del 2017 al 2018 s/11,938.32, las operaciones bancarias y de caja aumentaron 4% y el activo circulante incrementó 3%. Y en términos de activos no corrientes, su cuenta de maquinaria y equipo experimentó un gran crecimiento de 1,344% de 2017 a 2018, lo que resultó en un aumento de 162% en la depreciación y un aumento de 3,680% en los activos no corrientes totales. s/70,315.57.

Sánchez (2017) concluye en su trabajo que se han mejorado los procesos en el sector crediticio, los cuales muestran un aumento del 30% en la rentabilidad y un aumento del 8% en la liquidez, por lo que estas ratios aumentan el ROE en un 30% y el ROA en un 35%. (p. 103) Curay (2014) realizó un estudio descriptivo de diseño no experimental utilizando técnicas de encuesta y recaudación de información.

Por último, se concluye que el control interno de inventario incide elocuentemente en la rentabilidad de la compañía agroindustrial Navarro Fruits SAC (pág. 40)

Para el examen de pasivos, la (Tabla 3) muestra que otras cuentas por pagar aumentaron en un 56% entre 2017 y 2018. Esto significa que está más endeudado, con la tasa de participación más alta con un 60 % en términos de un análisis longitudinal de cuentas por pagar en 2017, en comparación con el 39 % en 2018. El análisis del pasivo se muestra en la Tabla 3.4, donde se explican los cambios, y el resultado acumulado es el de mayor cambio del 2017 al 2018 con un 28% S/73,359.56, lo que significa que el 2018 tiene mayor utilidad.

8.-El autor Silvia Maribel Nina Cuayla,(Nina, 2018) en su tesis: Utilidad Neta, Activos Fijos y Márgenes Operacionales En La Caja Tacna en el período 2001-2017 :

Objetivo: Demostrar que la utilidad neta de Caja Tacna está relacionada con el comportamiento del margen operativo neto y las variables del activo fijo durante el período 2001-2017.

1. Definir que la utilidad neta de Caja Tacna no logró un crecimiento sostenido durante el período 2001-2017
2. Acreditar que concurre correspondencia entre los ingresos netos y los ingresos financieros de la caja Tacna del 2001-2017.
3. Comparar el período 2001-2017 de Caja Tacna con una correspondencia entre la utilidad neta y el margen operativo neto.

Resultado: Se utilizó inducción analítica, la muestra corresponde a un tipo aleatorio no probabilístico, identificado para el periodo 2001 a 2017, para lo cual contamos con series longitudinales. La hoja de trabajo se utilizará para obtener los datos.

Resultados y Conclusión: El margen de utilidad operativa neta nos da resultados relacionados con la utilidad neta, así mismo los activos totales conservan una correspondencia significativa con la utilidad neta, por lo que cuando correlacionamos diversas variables con la utilidad neta, encontramos una correspondencia muy importante. Por lo tanto, no tiene dudas sobre estas consecuencias de la información combinada.

Bajo el conocimiento de cuentas citado por Erly Zeballos, dada su importancia para analizar la conducta de las consecuencias operativos de las cajas de ahorros

municipales, se han manejado aquellos indicadores considerados más importantes para definir como exitosa la estrategia del fondo municipal y márgenes de utilidad operativa, obtener una relación directa entre ellos en el análisis.

La fuente confiable y básica manipulada son los estados financieros de los años de análisis (2001-2017), conceptualizados según Flores Soria, Se dice que nos consiente conocer el desempeño anual de una entidad financiera, luego transportarlos a un período de tiempo más largo para comparar, como se hace actualmente, y obtener resultados que pueden usarse para determinar tendencias en la estrategia de la entidad financiera. Caja Municipal de Tacna.

Según Flores Arocutipa, la concepción de incremento es la base para la enunciación de la estrategia, por lo que la estrategia utilizada por la Caja Municipal Tacna no tiene ningún efecto y no se puede probar, ya que se han superado algunos años de resultados negativos desde 2016.

Con base en cálculos en SPSS 25 se concluye que la utilidad neta de Caja Municipal de Ahorro y Crédito Tacna está relacionada con el proceder de las variables margen de utilidad operativa neta y activos fijos para el periodo 2001-2017, mostrando una correspondencia con probabilidad o la significación bilateral de 0,985406 es 0,0386, que es inferior a 0,05.

Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Tacna es la comparativa de 17 años que presenta un incremento irregular, diferente a la propensión de otras Cajas municipales, un claro ejemplo es su caída en el 2015, que presentó resultados negativos a partir del 2001 al compararlos en porcentaje en el análisis vertical de 2017 a 2017 muestra una disminución en relación a los resultados obtenidos durante el período de cotejo.

Con respecto a la analogía entre la Utilidad Neta y el Margen Operativo Neto, que fue mayor durante 2001-2017, representada por 0.979978 con una probabilidad de 0.0000, la relación directa entre ambos es más fuerte.

9.-En la tesis: “SISTEMA DE COSTOS POR ÓRDENES Y SU INCIDENCIA CON LA UTILIDAD NETA DE UNA EMPRESA CONSTRUCTORA EN EL DISTRITO DE SURCO – 2019”(Calderón Obregón, 2019), de autores Erika Inés Celis Villanueva & Steven Martin Calderón Obregón, indica:

Objetivo: Determinar cómo afecta el sistema de costos por disposiciones en la utilidad neta de las compañías del Distrito de Surco en el año 2019.

1. Establecer el grado de correlación entre el sistema de costos por órdenes y la utilidad bruta de una compañía constructora en el distrito de Surco en el año 2019.
2. Decretar el grado de correlación entre el sistema de costos por pedidos y la utilidad de operación de una compañía constructora en el distrito de Surco en el año 2019.
3. Establecer el grado de correlación entre el sistema de costo de pedidos y la utilidad antes de impuestos de una compañía constructora del distrito de Surco en el año 2019.

Método: El método de investigación es cualitativo y cuantitativo, y su población está conformada por propietarios-gerentes y personal administrativo, en total 8 personas.

Resultados: Para lograr nuestro objetivo, validamos el instrumento por juicio de expertos, y luego calculamos su confiabilidad por el alfa de Cronbach, Consta de 18 entradas y cada variable consta de 9 entradas. La muestra que aplicó la

herramienta estuvo conformada por 22 personas de las áreas de contabilidad, ingeniería y administración.

Para la herramienta sistema de costo de pedidos se logró un valor de alfa de Cronbach que resultó ser 0.787, mientras que la utilidad neta consiguió un valor de alfa de Cronbach de 0.847, siendo ambos superiores a 0.75, lo que indica que ambas herramientas tienen una alta confiabilidad para los datos. colección, lo que permite continuar con la investigación.

Para las deducciones de una prueba de hipótesis general utilizando Rho de Spearman se obtiene un nivel de significación de 0.001 menor a .05, lo que indica que los datos poseen un comportamiento no paramétrico, por lo que se admite la hipótesis alternativa y se refuta la hipótesis nula estudio, se consiguió un coeficiente de correlación de 0,679, lo que muestra una correlación media positiva.

Existe una correspondencia significativa entre el sistema de costo de pedido y la utilidad neta, y el análisis de datos estadísticos logrados al aplicar pruebas de hipótesis muestra la relación entre estas dos variables. La empresa implementa el sistema de costo de pedidos, y debe reflexionar la gestión de costos, el control de gastos y la gestión de cobranza. Esto se debe a que se consiguen tomar mejores decisiones y obtener mejores resultados. Al respecto, coincidimos con el investigador Chuquimani (2018), quien afirma que los sistemas de costos pueden examinar cómo se pueden perfeccionar las actividades productivas para lograr una mayor competitividad en costos y así mejorar la rentabilidad.

En cuanto a los resultados de la prueba de hipótesis específica 1 utilizando Rho Spearman, un nivel de significación de 0,001 es menor que 0,05, lo que indica que los datos poseen un comportamiento no paramétrico, Por tanto, se aceptó la

hipótesis alternativa y se rechazó la hipótesis nula de la encuesta con un coeficiente de correlación de 0,676, lo que indica una correlación media positiva. Entonces, existe una correlación positiva y significativa entre la variable del sistema de costo de pedido y la utilidad bruta. En respuesta, los investigadores Acosta y Arteaga (2018) consideraron la discrepancia entre los ingresos por ventas y los costos de producción al determinar la ganancia bruta por órdenes de producción en un sistema de costeo por órdenes específico, que incluía los siguientes elementos de costos: materiales directos y costos; mano de obra directa de los empleados y costos indirectos de fabricación que nos permitan generar utilidad bruta.

En cuanto a los resultados de la prueba de hipótesis específica 2 utilizando Rho Spearman, un nivel de significación de 0,012 es menor que 0,05, lo que indica que los datos poseen un comportamiento no paramétrico, Por lo tanto, se aceptó la hipótesis alternativa y se rechazó la hipótesis nula del estudio con un coeficiente de correlación de 0.525, exteriorizando una correlación media positiva. Es decir, la variable del sistema del costo del pedido está positivamente correlacionada con la utilidad operativa, que está significativamente correlacionada. Con relación Garrido, Merino y Colcha (2018) En el sistema de costeo, los gastos se consumen en el período corriente, sin agregar ningún activo o inversión, sin almacenar ni vender, se registran derechamente en el estado de resultados y su impacto en la utilidad de operación, por tanto, equidad. Entonces se podría decir que los gastos constituyen todas las salidas, pagos o gastos por la distribución o venta de productos y por la administración y sostenimiento de la empresa.

Con respecto a los resultados de la prueba de hipótesis específica 3 usando Rho Spearman, el nivel de significancia resultante es 0.000 menos que 0.05, Muestra

que los datos poseen un procedimiento no paramétrico, por lo que se admite la hipótesis alternativa y se refuta la hipótesis nula de la encuesta, con un coeficiente de correlación de 0.712, indicando una correlación positiva imponente. Entonces, concurre una correlación positiva y significativa entre la variable del sistema de costo de pedido y la utilidad antes de impuestos. Correspondiente, el sistema de costeo de Guillén e Infanzón (2019) tiene una buena aplicación en el costeo, el cual incide en la posición financiera de una empresa ya que modifica los índices de gestión de liquidez y solvencia por lo que se puede tomar mejor en redimensionamientos, compras de suministros, compras de activos o financieros decisiones sobre compras de deuda.

2.2. Bases Teóricas

Ventas netas y utilidad neta

Rendimiento de las ventas (variable)

Se maneja para computar el desempeño, el cual está dado por el margen de utilidad generado al final de cada año, y sus métricas son las ventas y el costo de ventas. (Gutiérrez, 2006)(Miranda Yauri & Rivas Carrasco, 2021) .

El rendimiento de las ventas es una gracia a corto plazo porque se encuentra en torno a los ingresos netos por ventas. (de Pablo, 2010).

Utilidad neta (dimensión 1)

La utilidad neta nos alienta a entender la utilidad de una institución. El ingreso neto establece el trabajo operativo y se emplea después de contabilizar los gastos operativos y los impuestos. (Ehrhardt y Brigham, 2007).

La utilidad neta se alcanza luego de restar los gastos financieros de la empresa por un ciclo de 02 años y se refleja en el estado de resultados.

Ventas netas (dimensión 2)

Las ventas especifican la analogía del comprador con la empresa, creando confianza en el conocimiento de las necesidades del cliente y los gastos de producción incurridos por la entidad. (Morillo, 2007).

La venta genera ingresos monetarios para la empresa, en los que se ejecuta la venta de activos y otros, y como indica Bustamante, los ingresos son completos sin contabilizar gastos financieros ni operativos. (Bustamante, 2011).

Rentabilidad

Para (Aliaga Figueroa, 2017) quien recurre a (Gitman, 1997) es mencionado por (Medina y Mauricci, 2014), quien expresa: La rentabilidad es la correspondencia entre los ingresos y los costos derivados del uso de los activos de la empresa en actividades productivas. La rentabilidad de una sociedad se consigue evaluar con referencia a las ventas, los activos, el capital o el valor de las acciones.

Para (Sánchez, 2002) antedicho en (Hoz, Ferrer y Hoz, 2008), afirma: La rentabilidad es un concepto aplicable a todas las actividades económicas en las que se militarizan medios materiales, humanos y financieros para alcanzar determinados efectos. Entonces, en términos más sucintos, la rentabilidad es una de las metas que se fija una compañía para entender el retorno de la inversión cuando se realizan una serie de diligencias en un período de tiempo determinado (p. 94).

Dimensión de Rentabilidad

Rentabilidad económica

Para (Sánchez, 2002), la rentabilidad económica o de inversión es una medida del desempeño de los activos de una empresa durante un determinado período de tiempo, independientemente de su estado financiero. Así, la rentabilidad económica constituye una métrica básica para calificar la eficiencia de la gestión de una empresa, ya que es la conducta de los activos, independiente de la financiación, el que generalmente establece si una empresa es económicamente rentable (Hoz et al., 2008).

Rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera o rentabilidad sobre los recursos propios, conocida en la literatura anglosajona como rentabilidad sobre los recursos propios (ROE), es una medida de esa rentabilidad sobre los recursos propios durante un determinado período de tiempo, normalmente independiente de la distribución de resultados.

Por lo tanto, la rentabilidad financiera consigue pensarse como una medida más contigua a la rentabilidad de los asociados o capitalistas que a la rentabilidad económica, por lo que, teóricamente, según la visión más común, es lo que buscan los gerentes en beneficio de los propietarios Maximizar las métricas de rentabilidad. (Medina y Mauric, 2014).

Rentabilidad operativa

La rentabilidad operativa es una métrica financiera que evidencia la eficiencia de una compañía en la generación de incorporaciones durante un período específico.

En otras palabras, es el resultado de enfrentar ventas o ingresos, costo de ventas y gastos generales. Es el beneficio obtenido por una entidad en sus actividades principales o normales (Palomino, 2015).

1. Indicador de Rentabilidad

(Pacheco et al., 2002) fue referido por Hoz et al. (2008), mencionando que las métricas son una herramienta fundamental en la práctica gerencial para controlar y desplegar estrategias para cada área funcional: Producción, Marketing, Recursos Humanos y Finanzas.

Para calcular la rentabilidad en este esfuerzo de investigación según (Flores, 2014), manejaremos las siguientes razones financieras:

1.1. Rentabilidad sobre ventas: Es una medida de la rentabilidad neta sobre ventas, que tiene en cuenta los gastos operativos, financieros, fiscales y laborales de la empresa. Indique cuántos centavos gana la empresa por artículo vendido.

Determine la cantidad de utilidad que se puede utilizar para cubrir los gastos generales y las ventas de la organización.

Rentabilidad sobre las ventas = Utilidad bruta / Ventas netas

La relación tiene que cumplir o ser superior a 0,04

ROS o Retorno sobre Ventas: (Flores, 2014) es la analogía entre la utilidad neta de una empresa y las ventas netas. Por ello, la primera fórmula de beneficio que nos concierne es el margen de beneficio que conseguimos de las ventas, expresado de la sucesiva manera:

ROS = Utilidad/Ventas (igualmente conocido como Margen de Contribución)

1.2 Rentabilidad Operativa: Como todos sabemos, la ventaja operacional se consigue descontando de las ventas netas y los gastos operativos (gastos de venta y gastos administrativos), los cuales son esenciales en el día a día de una empresa, y es la gerencia la que se esfuerza al máximo. a Otra razón para trabajar duro para controlarlos, porque los cambios no relacionados con las ventas pueden ser perjudiciales.

$$\text{Rentabilidad de operación} = (\text{utilidad operativa} / \text{ventas netas}) * 100$$

Ventas netas

Para (Palomino, 2015), las ventas netas son la cantidad de ingresos que obtiene una empresa posteriormente de sustraer las devoluciones de ventas totales y las rebajas de ventas consentidos de las ventas brutas o las ventas brutas. Las cuentas por cobrar son la cuantía que una institución espera recibir de sus clientes que le suministran a crédito. Un recibo de caja es un registro que se lleva cuando un cliente paga en efectivo por una compra. Las ventas netas, las cuentas por cobrar y los recibos de efectivo se calculan con reseña al libro mayor que compendia todas las actividades de ventas de la empresa.

(Tacca, 2015) cita (Eyzaguirre, C., Los Estados Financieros. p.32) como las ventas totales menos las devoluciones, rebajas, deducciones u otros efectos que reduzcan su valía. Los coeficientes representan fluctuaciones en los precios de venta, así como costos. Cuando el coeficiente es mezquino, simboliza que la fluctuación del precio de venta es pequeña o relativamente alta. Cuando el valor del coeficiente es alto, significa que el precio de venta es alto o que el costo ha alcanzado un nivel comparativamente bajo. Se logra deducir que los altos márgenes de beneficio

brindan cierta protección contra pérdidas por volatilidad, y cuando los márgenes de beneficio son bajos, cualquier fluctuación en el resto del precio le costará a la empresa.

Utilidad neta

Para (Davidson, 1992) citado en (Avalos, 2011), la utilidad neta es uno de las concepciones más significativos en la contabilidad. Se computa como la discrepancia entre los ingresos realizados en un período y los gastos derechamente relacionados con esos ingresos o por una otra razón que tienen que reconocerse como gastos incididos durante ese período.

Un cálculo típico del ingreso neto se realiza en el estado de resultados, y comienza con el ingreso menos varias categorías de gastos, generalmente el costo de las ventas, luego los gastos de venta y manejo, los gastos administrativos y finalmente otros gastos que el ingreso debe cubrir para ese período. Si hay una ganancia neta, todos los gastos deben ser pagados. Por lo tanto, ya sea que la reducción de activos logre formar ingresos y por lo tanto se considere un gasto, o no lo logre y se considere una "pérdida", el total de ingresos del período debe excederlos. De lo contrario, los resultados de operaciones de ese período contable mostrarían una pérdida neta en lugar de un ingreso neto.

La mayoría de los inversionistas en acciones reflexionan que el ingreso neto (o la pérdida neta) es la cotización más importante en el estado de consecuencias. Este valor personifica el aumento (o disminución) general en el patrimonio de los potentados debido a las actividades operativas en el ciclo actual. Los analistas financieros suelen calcular los ingresos netos como una proporción de las ventas netas (ingresos netos divididos por ventas netas). Esta medida suministra un

itinerario de la capacidad de la administración para inspeccionar los gastos y estancar una parte razonable de los ingresos como ganancia.

Para (Davidson, 1992) antedicho en (Avalos, 2011), la tasa “normal” de ganancia neta transforma según la industria. En cualesquiera industrias, consigue tener éxito si su ganancia es igual al 2 % o al 3 % de las ventas netas.

Utilidad bruta

Para (Avalos, 2011), el subtotal clave es el estado de resultados de varios pasos, con la utilidad bruta mostrada como un subtotal. Esto proporciona a los beneficiarios del estado de consecuencias calcular el margen de beneficio bruto de una empresa (margen bruto). El margen bruto es la ganancia bruta como porcentaje de las ventas netas. Al valorar el margen de beneficio bruto de una sociedad en individual, el estudio debe tener en cuenta las tasas conseguidas por adelantado, así como las tasas obtenidas por otras compañías de la misma industria.

Para la colectividad de las empresas comerciales, los márgenes de beneficio bruto suelen oscilar entre el 20 % y el 50 %, según el tipo de producto vendido. Las tazas constantemente conducen a artículos de rápido movimiento, como comestibles, y se encuentran tarifas altas en productos de marca y novedosos. Bajo circunstancias normales, el margen de utilidad bruta de la sociedad tiende a perseverar convenientemente estable de un período a otro. Los cambios reveladores en esta relación consiguen suministrar a los inversores una indicación temprana de los canjes en la demanda de los productos de una empresa por parte de los consumidores.

Utilidad operativa

Para otro subtotal clave (Davidson, 1992) mencionado en (Avalos, 2011), una parte de los ingresos y gastos de una empresa surge de acciones fuera de las operaciones comerciales básicas de la compañía. Los modelos comunes incluyen intereses y gastos de impuestos sobre la renta ganados en inversiones. La utilidad operativa (o utilidad operativa) muestra la relación entre los ingresos recibidos de los clientes y los gastos incididos para concebir esas incorporaciones. En efecto, el ingreso operativo mide la rentabilidad de las operaciones comerciales principales de una sociedad y "excluye" otros tipos de ingresos y gastos.

Teorías de la utilidad total y la utilidad marginal.

Primero pretendemos saber en qué consiste esta utilidad:

La utilidad es una percepción subjetiva(Luna Mariaca, 2020) derivado de la correspondencia entre un sujeto "necesitado" y un objeto idóneo de satisfacer esa necesidad. Los subjetivistas creen que, para alcanzar a una indiscutible noción de valor, se debe hacer una diferencia entre qué es la utilidad total y qué es la utilidad marginal.

Beneficio total

Es aquella que satisface las necesidades que la persona reflexiona más importantes.

Es la completa complacencia que una persona obtiene al poseer o consumir un bien.

Dar al satisfactor el valor máximo.

Utilidad marginal

Satisface necesidades mínimas. Es un aumento en la utilidad total que resulta en un aumento en las unidades consumidas, poseídas o producidas. Es el fundamento y la naturaleza del valor. (Ávila, 2006, p. 35)

Añadir utilidad marginal:

De acuerdo con los principios que Gerson estableció en su primera ley, Toda gratificación prolongada disminuye y acaba desapareciendo por sí sola, y en consecuencia como secuela natural y simple disminuye también la ventaja de la cosa que la deriva.

Este es el núcleo de la teoría de la utilidad marginal. (Baltra y Alberto, 1964, p. 57)

Definición de utilidad.

En términos económicos, “es una posesión que posee un objeto o se le imputa para la satisfacción de cualquier necesidad” (Ávila, 2006, p. 32).

Además, “la habilidad o habilidad que se presenta como una mercancía para indemnizar las necesidades humanas. Es un anómalo objetivo-subjetivo que depende de la naturaleza del objeto y del estado del sujeto.” (Pernaut, 2008, p. Definición)

Mas, sin embargo, es:

El exceso de las ventas sobre los costos y gastos durante el período contable. El efectivo no obligatoriamente aumenta: puede reflejarse en un acrecentamiento de los activos o una depreciación de los pasivos. (Barrow, 2020, pág. 180)

Definición de utilidad Neta.

Se recogen las sucesivas enunciaciones:

Dado que la discrepancia entre los ingresos menos los costos y los gastos es un resultado normal de los negocios de una empresa, también incluye los efectos del entorno económico, legal, social y político en el que opera, como el efecto de las permutaciones en los precios inducidos por la inflación. lo que puede dar a la compañía el beneficio adicional de reflejar los pagos de utilidades como un aumento en el capital de los accionistas. (Montejo y Ángeles, 2019)

La utilidad neta, por otro lado, es el cambio en el capital contable de una entidad que surge de transacciones, eventos y otras circunstancias, distintas de comercializaciones y cambios relacionados con aportes de capital, durante un período contable en particular. (Quevedo, 2005)

Tipo de utilidad

Tipos o categorías de utilidad observadas en el estado de resultados:

- Utilidad bruta: La discrepancia entre el costo de los bienes vendidos y las ventas.
- Utilidad de operación: utilidad bruta menos gastos de venta y administración.
- Beneficio antes de impuestos. Utilidad operativa menos gastos generales, más ingresos indirectos.
- Beneficio neto: beneficio después de impuestos del ejercicio contable (Barrow, 2020, p. 180)

Estructura del Estado de Resultados Integrales

1. Beneficio bruto.

La discrepancia entre las ventas y sus costos es la ganancia bruta. Expresar esta utilidad en porcentaje con relación a las cifras de ventas nos ha permitido analizarla por primera vez.

Un análisis en profundidad de los cambios en el beneficio bruto debe evaluar si están causados por:

Cambios en las ventas.

Cambios en los precios de venta unitarios.

Cambio en el costo unitario,

Cambios conjuntos a algunos de los anteriores. (Apaza, 2011, p. 536)

2. Beneficios antes de la participación accionaria e impuesto sobre la renta

Es la incompatibilidad entre la utilidad de explotación y los demás gastos o ingresos que pueda poseer la compañía, para la equivalente utilidad se emplea la tasa de colaboración del trabajador, ya la disconformidad se empleará la tasa del impuesto sobre la renta. (Appassa, 2011, pág. 538)

3. Utilidad neta

La contradicción entre la utilidad precedentemente de participación e impuestos sobre la renta y las respectivas tasas de intervención de los obreros e impuestos sobre la renta además indica lo que la sociedad ganó (si el saldo fue positivo) o perdió (si el saldo fue negativo) durante la etapa. (...)

Es lo que permanece posteriormente a deducir los impuestos y la participación de las utilidades. Esta utilidad neta se utiliza total o parcialmente para autofinanciamiento (reservas) o para comercialización entre potentados o accionistas, según sea el caso.

A la hora de calcular el beneficio hay que tener en cuenta que, por lo general, lo que se vende no es exactamente lo mismo que lo que se produce. Por lo tanto, de los ingresos no se puede restar la ventaja de los costos incididos en el mismo período, sino el costo correspondiente a la cantidad vendida (costo de ventas). Por

lo tanto, los ingresos y gastos deben corregirse con base en el inventario de productos que existe al inicio y al final del año. Con esto, el estado de resultados se representa a la misma cuantía de productos que verdaderamente se venden. De lo contrario, dependerá de las vacilaciones de stocks en el almacén y no podrá utilizarse para un estudio adecuado de la empresa. (Appassa, 2011, pág. 538)

De manera similar, los escritores miden el apalancamiento de las compañías especializadas, es decir, cuando se puede utilizar un dispositivo determinado para acrecentar los fondos de inversión de una empresa; todos estos, representando el valor en libros de compromisos en el numerador y en el denominador la capitalización bursátil de las acciones; para que el apalancamiento pueda reconocer de manera flexible a los movimientos de precios. (Santillán Salgado, Fonseca Ramírez, & Venegas Martínez, <http://www.scielo.org.mx/>, 2019)

2.3. Marco conceptual

Ventas netas

Vender es una parte esencial de las ventas de la empresa y de la unidad de negocio. Para aumentar las ganancias y obviamente para retener a los clientes en su nivel de felicidad o satisfacción.

Es parte del marketing mix, agrupándolo por variables dentro del control del negocio. (León Valbuena, 2013)

Costo de ventas

Los costos son la salida de dinero durante la producción de un bien, ya sea por la compra de materias primas o abonos por fuerza laboral, entre otras cosas, a menudo se cuentan como activos netos, generalmente inventario, y permanecerán en stock hasta pasan a formar una parte de los bienes finales y lo materializan en la venta.

Cabe señalar que los costos no solo están relacionados con los costos asignados a la producción, sino que también incluyen factores externos que se pueden generar, y este costo debe ser aceptado por la comunidad. La elaboración de un producto, posteriormente, nos ayuda a saber si el problema de un producto es entregarlo al consumidor y si las actividades planificadas en el proceso tienen en cuenta el análisis de las externalidades que deben ser consideradas para compensar los efectos posteriores, después al final del proceso productivo.

Utilidad neta.

En el trabajo de investigación, (Paredes Cárdenas, 2018). Señala que Utilidad Neta y EVA en Empresas del Sector Minero del Perú: para el periodo 2012 - 2016”, es necesario determinar la relación entre utilidad neta y EVA.

El trabajo de investigación que han desarrollado tiene una metodología cuantitativa y diseño correlacional. No se utilizaron muestras porque se trabajó con toda la población de este sector minero que invirtió en BVP.

El nivel de relación entre la UN (utilidad neta) y EVA es del 98,8%, lo que demuestra que la ventaja económica de la UN está aumentando y EVA también aumenta de la misma manera.

Con los valores logrados, se muestra que hay una estrecha relación entre UN (ingreso neto) y EVA (Valor Económico Agregado), pero no reflejan la similitud en el proceso de creación de EVA, debido a que tiene dos fases positivas y 3 etapas negativas, por lo que requerirán más estudios para determinar su incidencia.

Dados los resultados obtenidos, se recomienda que cada empresa minera sea preclasificada por tamaño y alcance para permitir la comparación con otras de características similares y brindar un mejor análisis. El objetivo es averiguar en qué

medida existe una relación entre UN (renta neta) y EVA. En los periodos 2012 al 2016. Los métodos utilizados fueron de diseño cuantitativo y correlacional y retrospectivo. Hay un 98,8% de nivel de relación entre la UN y EVA. Debe clasificarse de acuerdo al alcance y tamaño de cada corporación.

CAPÍTULO III: MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

La pesquisa se desarrollará dentro del rigor financiero de la empresa radicada en el país.

Este es un estudio fundamental donde los principios contables y la teoría microeconómica se contradicen entre sí. Estas directrices se aprobarán para permitir una mejor evaluación de los registros. (Arias Gonzales, 2020).

3.2. Diseño de investigación.

Su grado es explicativo porque una variable explica a la otra. Ellas son, los niveles de ingresos y RAIR, la gestión y la solvencia se explican en términos de precios. (Valdivia Yancul et al., 2018).

Método de Investigación.

Se trata de una tesis relacional (Hernández-Sampieri y Mendoza Torres, 2018) que demostrará que las variables tienen relaciones muy importantes, moderadamente importantes o muy débiles o débiles. Método aplicado en la encuesta

El método a utilizar es el método inductivo (Supo y Caverro, 201), desarrollado por Gloria S.A. analizado. y analizarán datos agregados, recopilarán y luego inferirán consecuencias, efectos y conclusiones.

Este es un estudio no empírico (Ñaupas Paitan et al., 2018). No se modificará ninguna variable, excepto que se manipularán para su modificación real. Los hechos se escriben y son los datos los que serán evaluados.

3.3. Población y muestra.

La población incluye las 20 cuentas necesarias para determinar el EVA patrimonial y los grupos de razones, los expedientes analizados de los últimos 22 años. la muestra se determinará con 1% de error y resultó ser de 22 años los expedientes para el análisis (Ojeda et al., 2007). Trabajamos con ellos para desarrollar nuestra investigación. Datos de ventas netas, costo de bienes vendidos e ingresos netos.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

La técnica que se va necesitar es la observación.

La herramienta utilizada es la hoja de trabajo. En él, la información requerida para la presentación de nuestras hojas de trabajo de investigación.

3.5. Técnicas de procesamiento de datos.

Se utilizará la base de información de la Autoridad Reguladora del Mercado de Valores (SMV) de la (BVL), de donde se conseguirán la data. Es mejor obtener el estado de resultados y el estado de situación financiera, así como el estado de cambios en el patrimonio neto, para obtener los datos analizados y necesarios más adelante.

Criterios estándar de la base de información. No se utilizaron cuestionarios para este estudio. Se da la hipótesis de investigación y la hipótesis nula y más adelante

emplear los estadísticos llamado coeficiente de correlación de Pearson por tratarse de una tesis con variables numéricas y con escalas de intervalos y proporcionales.

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Tabla 5

4.1 *Presentación de resultados*

	TA	TP	TPATRI	VN	CV	UN	IR
	Cuentas de Leche Gloria S.A.						
Años	Activo total	Pasivo total	Patrimonio neto	Ventas Netas	Costo Ventas	de Utilidad neta	Impuesto a la renta
1999	1E+06	589972	483405	684208	-523842	36029	-7531
2000	1E+06	585600	542299	798472	-604284	54515	-11869
2001	1E+06	549391	574242	867026	-658624	44366	-14614
2002	1E+06	522033	637309	869278	-635977	79475	-22468
2003	1E+06	542566	739542	1039440	-777207	114280	-25272
2004	1E+06	575378	786452	1154283	-879383	112369	-35833
2005	1E+06	634928	851101	1308974	-1029677	100222	-24079
2006	2E+06	659568	945495	1511449	-1157022	94394	-42752
2007	2E+06	805641	1019183	1810418	-1370182	181188	-55725
2008	2E+06	774321	942292	2047739	-1573771	292810	-64438
2009	2E+06	814617	1170935	2006165	-1556227	181631	-54962
2010	2E+06	890708	1237738	2287593	-1715901	212265	-83180
2011	2E+06	933362	1335974	2566412	-1990855	195099	-88565
2012	2E+06	1037295	1399516	2806691	-2111538	241622	-108639
2013	3E+06	1110262	1450481	3036935	-2242352	250965	-117713
2014	3E+06	1306375	1543860	3347445	-2578997	244903	-104125
2015	3E+06	1576591	1601004	3519762	-2713928	214014	-100363
2016	3E+06	1530479	1596562	3534533	-2631358	216058	-115446
2017	3E+06	1557432	1653610	3353751	-2593067	207355	-97502
2018	3E+06	1724898	1548986	3507055	-2813716	160706	-80641
2019	3E+06	1713971	1545503	3425308	-2785260	146517	-67781
2020	3E+06	1307840	1845904	3618774	-2879305	243740	-113545

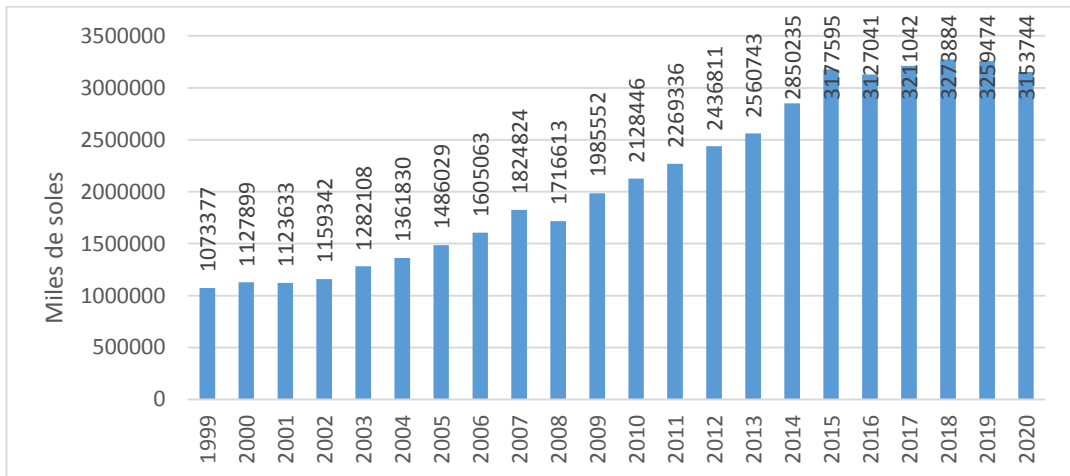
Nota. BVL

Los activos en el proceso de los años que van de 1999 al 2020 señala que hay tendencia al crecimiento permanente. Y si eso ha ocurrido entonces las ventas se han consolidado de tal

forma que como ha crecido en casi 300% los AT, entonces las ventas guardan proporcionalidad.

Figura 7

Activo total

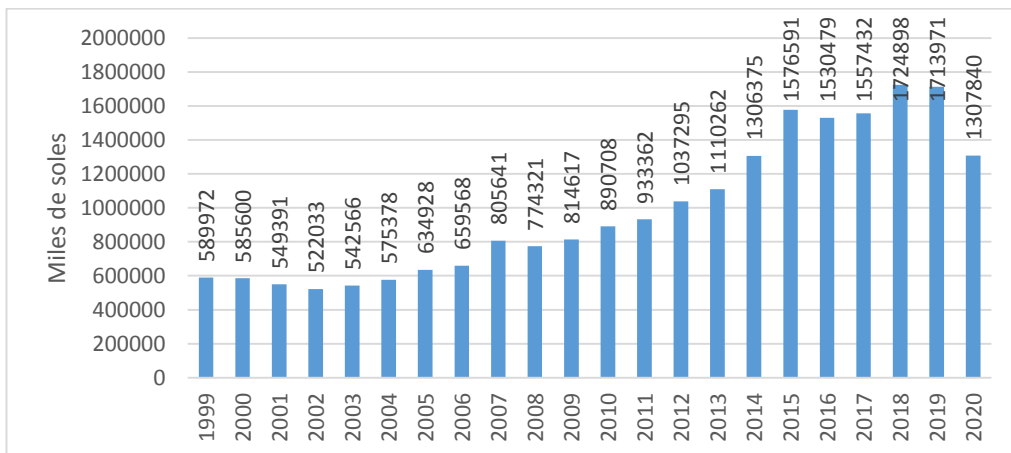


Nota. SMV

Los pasivos totales también se han visto incrementado, debido a que la empresa ha impulsado las ventas y para ello ha logrado la expansión de los activos netos.

Figura 8

Pasivo total

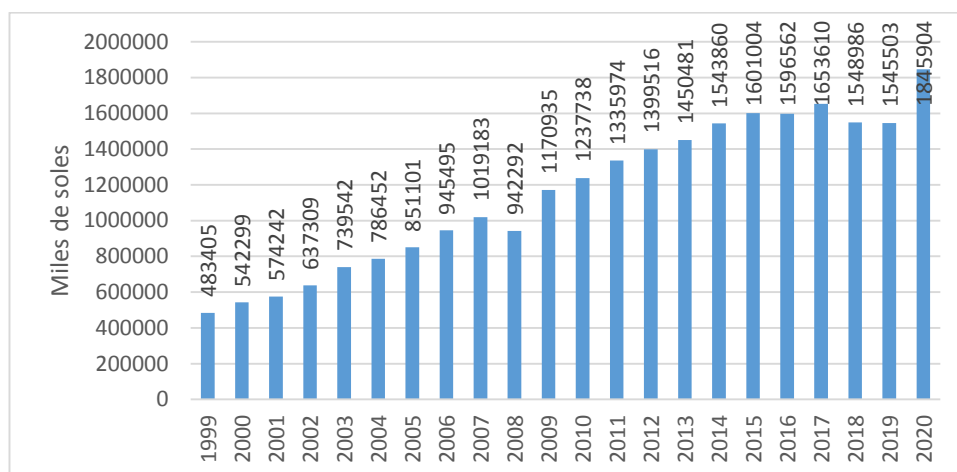


Nota. SMV

En esa perspectiva de consolidación de los activos se ha hecho necesario consolidar el patrimonio dado que es la garantía de mayor endeudamiento o pasivos totales.

Figura 9

Patrimonio neto

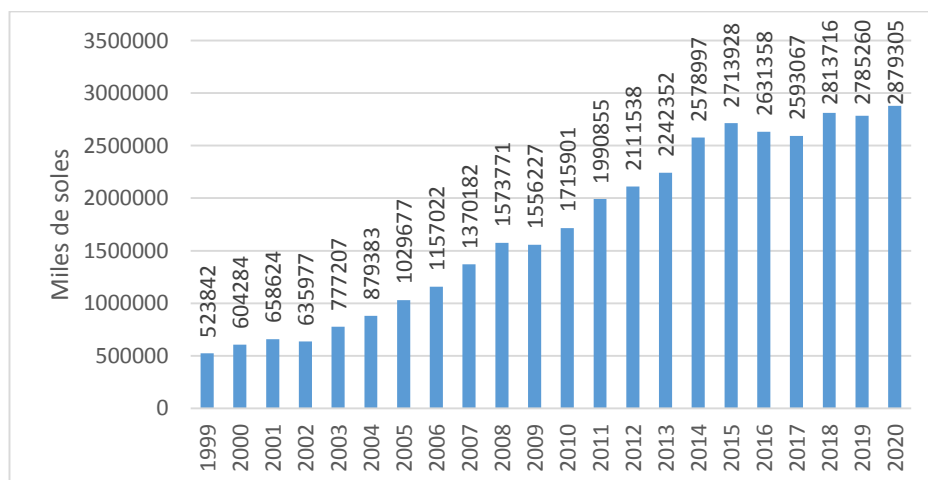


Nota. SMV

Si bien las ventas se han incrementado esto solidifica las cuentas empresariales y en ese sentido pese a los buenos niveles de productividad conseguidos los costos se han visto incrementados por la mayor producción de bienes lácteos.

Figura 10

Costo de Ventas

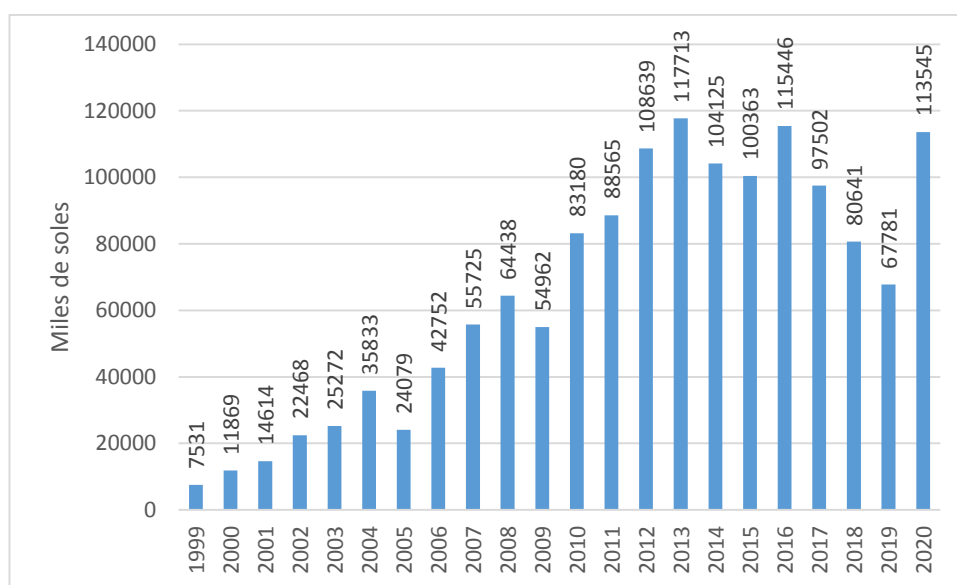


Nota. SMV

Y por supuesto la contribución al erario nacional también se visto incrementado. De niveles que iba por los siete millones, se han incrementado a casi 100 millones de soles. Lo cual nos sugiere que la consolidación empresarial marca una mejor tributación.

Figura 11

Impuesto a la renta



Nota. SMV

4.2. Contrastación de resultados

1

Hi: Las utilidades netas de la empresa GLORIA S.A. se explica por las ventas netas y los resultados antes de impuestos en el periodo 1999-2020.

Ho: Las utilidades netas de la empresa GLORIA S.A. no se explica por las ventas netas y los resultados antes de impuestos en el periodo 1999-2020.

Tabla 6*Variable Utilidad neta*

Sample: 1999 2020

Included observations: 22

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4891.611	4264.455	1.147066	0.2656
VN	-0.007465	0.002784	-2.681197	0.0148
RAI	0.742777	0.02746	27.04979	0.0000
R-squared	0.989724	Mean dependent var	164751	
Adjusted R-squared	0.988643	S.D. dependent var	75040.55	
S.E. of regression	7997.113	Akaike info criterion	20.93767	
Sum squared resid	1.22E+09	Schwarz criterion	21.08645	
Log likelihood	-227.3144	Hannan-Quinn criter.	20.97272	
F-statistic	915.017	Durbin-Watson stat	2.207292	
Prob(F-statistic)	0.0000000			

Nota. SMV

Reflexión:

Lo mejor que le puede pasar a una empresa para acumular riqueza es lograr mejores y mayores utilidades y eso es lo que le ha ocurrido a la empresa Gloria en el periodo de examen, por lo que en base al Eviews se ha logrado obtener un R cuadrado de 98.97% quiere decir que las variables ventas netas y resultados antes de impuesto explican en ese porcentaje que acabamos de señalar. Y se trata de un nivel de explicación ajustado este es de 98.97%. se debe señalar que los probabilísticos de las variables independientes son menores a 0.05, lo cual la hace de un gran valor. Se puede decir que para lograr acumulación de capitales es necesario vender cada vez más.

2

Hi: Existe relación directa entre las ventas netas y las utilidades netas de la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.

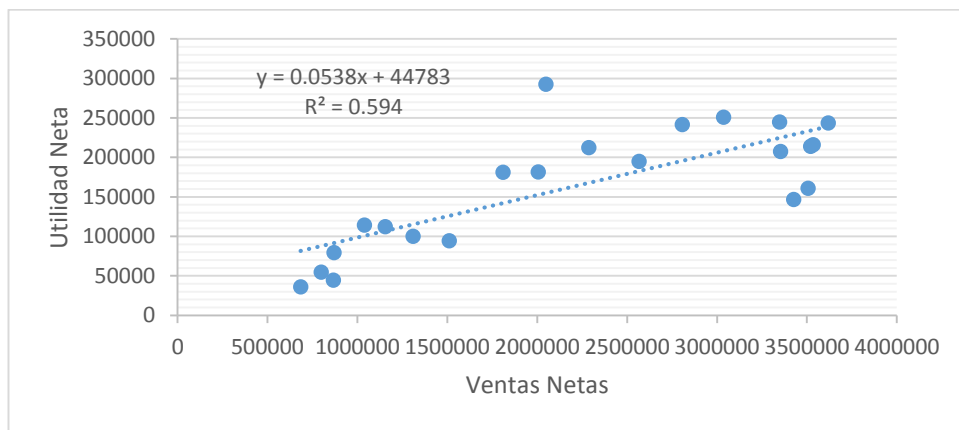
Ho: No existe relación directa entre las ventas netas y las utilidades netas de la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.

Reflexión:

Si las ventas se incrementan entonces la utilidad neta se ve en aumento, entendiendo que si la relación que nos otorga el SPSS, es del 77% una relación alta que por su valor podemos deducir que si una variable se mantiene en moderado entonces la otra se contiene en esa proporción, y si las ventas son bajas entonces las utilidades tendrán esa dimensión. Por otra parte, se puede afirmar también que las utilidades dependen de las ventas de la empresa Leche Gloria.

Figura 12

La relación entre ventas netas y utilidad neta es del 77%. Y las ventas explican el 59.4% de las utilidades en la empresa Leche Gloria S.A.



Nota. SMV

3

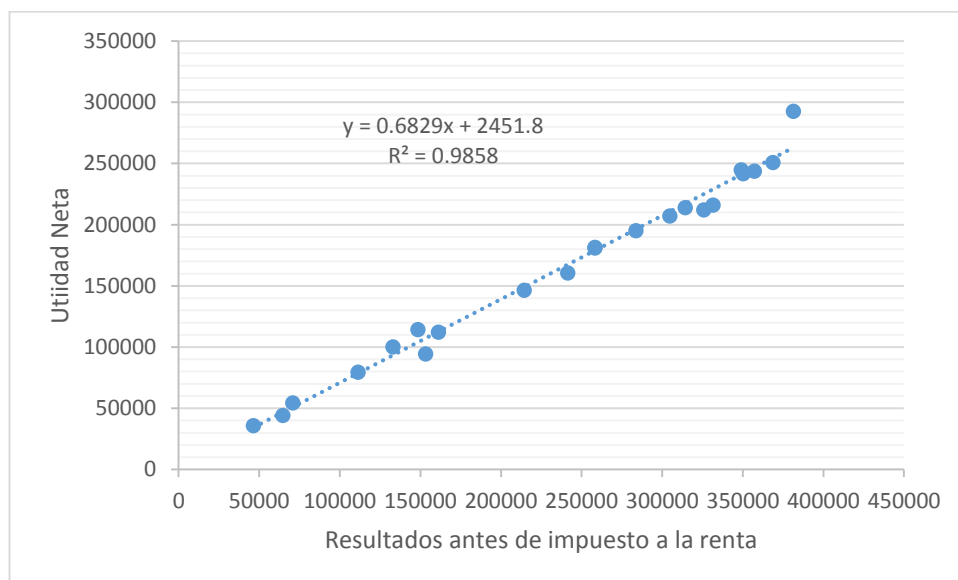
Hi: Existe relación directa entre utilidad neta y los resultados antes de impuestos en la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.

Ho: No existe relación directa entre utilidad neta y los resultados antes de impuestos en la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.

Reflexión: De como marchen los resultados antes de impuestos es muy probable que en ese sentido se dirijan las utilidades de una empresa. En esa perspectiva se puede observar que la relación de ambas variables es de 99.28% que cabe en una concordancia alta y “fuerte” dado que ambas están en la misma dirección, que cuando una va en mejora la otra corre en la misma tendencia. Ahora bien, si se quiere encontrar niveles de explicación se puede decir que el RAI explica en un 98.58% los niveles de utilidad de la empresa.

Figura 13

Relación entre Utilidad y resultados antes de impuestos es de 99.28%. Y las utilidades dependen de RAI en 98.58%.



Nota. SMV

4

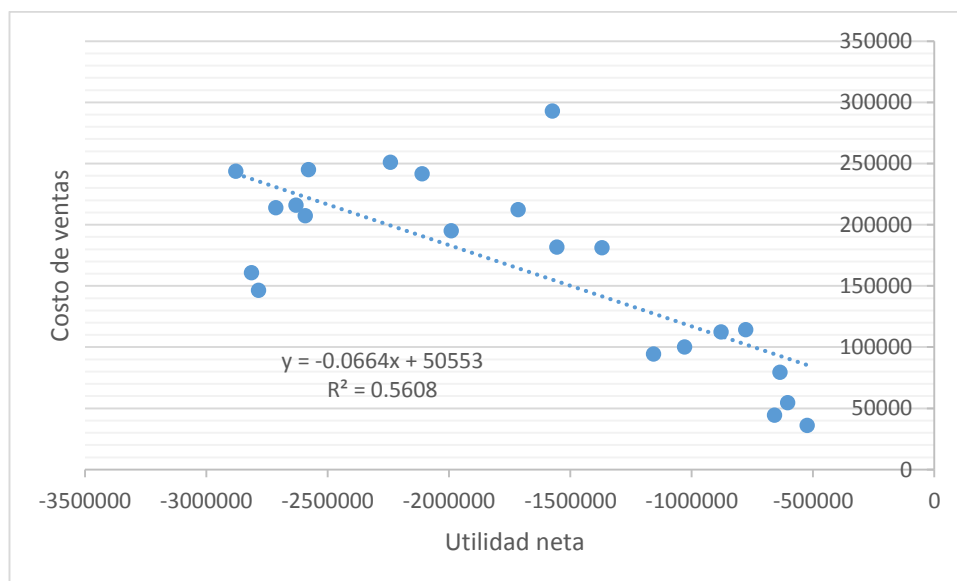
Hi: Existe relación inversa entre utilidad neta y costo de ventas de la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.

Ho: No existe relación inversa entre utilidad neta y costo de ventas de la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.

Reflexión: Al incrementarse los costos de ventas por incremento de sueldos y salarios o materia prima entonces lo primero que puede ocurrir es una disminución de la utilidad bruta que al final afecta la utilidad neta. De manera inversa si se reducen los costos de ventas entonces lo probable es que se incrementen las utilidades netas. Por ello que se manifiesta que la relación entre estas dos variables es inversa. En este caso la concordancia es de 74.8% que es elevada, aunque no contundente. Y si se busca cuanto dependen las utilidades de los costos de ventas entonces se puede afirmar que es del 56%.

Figura 14

Relación inversa entre utilidad neta y costo de ventas es de 74.8% Las Utilidades dependen del costo de ventas en 56%.



Nota. SMV

5

Hi: Existe relación directa entre activos totales y ventas netas en la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.

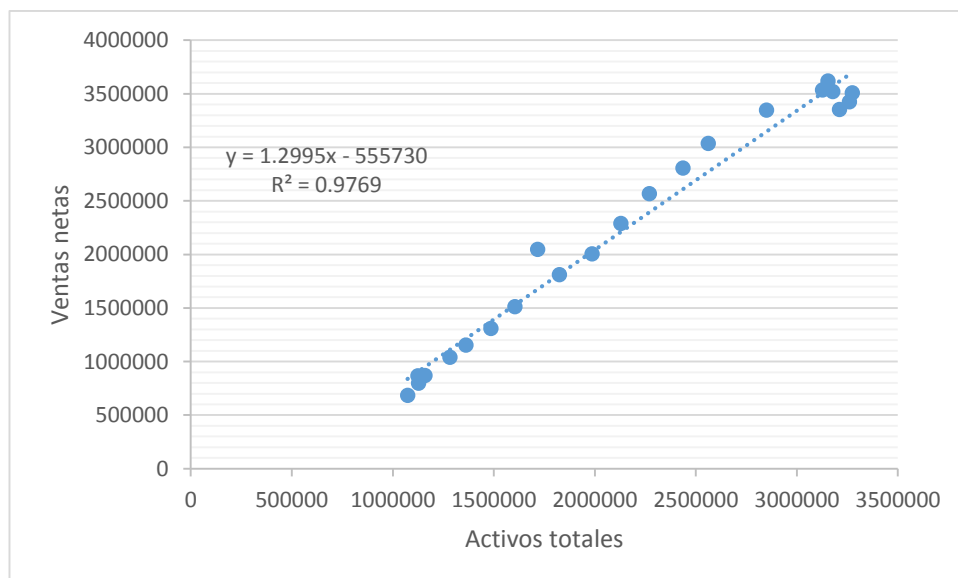
Ho: No existe relación directa entre activos totales y ventas netas en la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.

Reflexión:

La evidencia empírica nos señala que, a mayores activos totales, mayores son las ventas de una empresa. En ese sentido es imprescindible señalar que es importante consolidar los activos de una empresa. Los activos se consolidan a través del crecimiento del patrimonio es importante para el apalancamiento o mayor deuda. Y que a la sumatoria de los dos se observa que los activos crecen. En ese sentido la concordancia entre ambas debe ser alta. En los resultados observados de la serie histórica de Gloria S.A. se denota que la relación es de 98.83% alta y significativa. Pero si la pregunta fuese ¿Cuál es el nivel de explicación de los activos totales en las ventas de la empresa Gloria S.A.? se puede afirmar que es de 97.6% bastante significativa.

Figura 15

Hay relación entre ventas netas y activos totales de 98.83% y las ventas dependen en 97.6% de los activos totales.



Nota. SMV

4.3. Discusión de resultados.

Todas las tesis se centran en analizar la situación financiera y rentabilidad de Gloria S.A.

Las tesis utilizan el análisis de estados financieros como herramienta principal para su investigación.

Todas las tesis coinciden en que Gloria S.A. es una empresa líder en el mercado de productos lácteos en Perú.

Las tesis destacan la importancia de la inversión y el financiamiento en el crecimiento y operaciones de Gloria S.A.

En las tesis los periodos de tiempo de análisis son diferentes en cada tesis. Vidaurre (2020) se enfoca en el periodo 1998-2018, Huamán Espinoza & Puente de la Vega Cáceres (2017) se enfocan en los últimos 4 años hasta el 2017 y Huarcaya Condori (2020) se enfoca en el periodo 2017-2019.

Los objetivos de cada tesis son ligeramente diferentes. Vidaurre (2020) se enfoca en el impacto del financiamiento en los ingresos por ventas, Huamán Espinoza & Puente de la Vega Cáceres (2017) se enfocan en el análisis de la situación financiera y pronósticos para los estados financieros del 2021, y Huarcaya Condori (2020) se enfoca en el análisis de la rentabilidad y utilidad de la corporación.

Vidaurre (2020) concluye que el financiamiento tiene un impacto positivo y significativo en los ingresos por ventas, Huamán Espinoza & Puente de la Vega Cáceres (2017) concluyen que la empresa tiene buenas métricas de deuda pero necesita mejorar la gestión de sus indicadores, y Huarcaya Condori (2020) concluye

que la empresa tiene una rentabilidad moderada y necesita optimizar sus recursos financieros.

Vidaurre (2020) enfatiza en la importancia del financiamiento espontáneo de deuda, mientras que Huamán Espinoza & Puente de la Vega Cáceres (2017) y Huarcaya Condori (2020) no mencionan este aspecto en sus resúmenes.

Impacto del financiamiento en los ingresos por ventas: El estudio de Vidaurre (2020) concluyó que el financiamiento, tanto en términos de deuda financiera como de financiamiento espontáneo de deuda y de capital, tiene un impacto positivo y significativo en los ingresos por ventas de Gloria S.A. Esta conclusión es importante ya que sugiere que las decisiones de financiamiento de la empresa han jugado un papel crucial en su crecimiento e ingresos. Los otros dos estudios no se centran específicamente en el impacto del financiamiento en los ingresos, pero tanto Huamán Espinoza & Puente de la Vega Cáceres (2017) como Huarcaya Condori (2020) hacen hincapié en la importancia del financiamiento y la inversión en la rentabilidad y el crecimiento de la empresa.

Gestión de indicadores financieros: Huamán Espinoza & Puente de la Vega Cáceres (2017) concluyeron que Gloria S.A. no ha manejado de manera óptima sus indicadores de gestión, lo que ha tenido un impacto directo en su capital de trabajo. Por otro lado, Huarcaya Condori (2020) determina que la empresa ha conseguido altos niveles de rentabilidad en las dimensiones que estudió, a pesar de que la tasa de utilidad anual disminuyó en 2019.

Rentabilidad: Los estudios reconocen que Gloria S.A. ha mantenido una posición sólida en el mercado y ha logrado niveles de rentabilidad significativos. Sin embargo, Huarcaya Condori (2020) destaca una disminución en la tasa de utilidad anual en 2019. Esto podría sugerir que, aunque la empresa ha sido rentable, puede haber factores emergentes que estén afectando su rendimiento financiero.

Relación con los proveedores: Huamán Espinoza & Puente de la Vega Cáceres (2017) hacen hincapié en la estrecha relación de Gloria S.A. con los productores de leche fresca, lo cual es una fortaleza de su modelo de negocio. Los otros estudios no mencionan este aspecto en sus resúmenes.

Impacto de las decisiones de gestión y financieras: El estudio de Huamán Espinoza & Puente de la Vega Cáceres (2017) resalta la importancia de las decisiones de gestión y financieras en la situación actual de la empresa. Vidaurre (2020) y Huarcaya Condori (2020) no se centran tanto en este aspecto, pero sus hallazgos implican que las decisiones de financiamiento y gestión han jugado un papel importante en los ingresos y la rentabilidad de la empresa.

Caso de la empresa Laive en el período 2004-2015 (Vásquez Cordano & Bendezú Medina, 2008): El estudio subraya la categoría de tres elementos clave en el crecimiento de Laive S.A.: las ventas, la inversión y el apalancamiento financiero. El análisis del EBITDA reveló una fuerte correlación con las ventas, lo que sugiere que a medida que las ventas aumentan, la empresa puede generar más utilidades. El impacto positivo de la inversión en activos reales en las ventas subraya la importancia de la reinversión para el crecimiento empresarial. Finalmente, el

estudio concluye que el apalancamiento financiero de la empresa tuvo un impacto directo en sus ventas, lo que demuestra la importancia de las decisiones de financiamiento en el crecimiento empresarial. Estos resultados son útiles para comprender las decisiones estratégicas que Laive S.A. debe tomar para maximizar su crecimiento.

Conducta de los costos de comercialización y su impacto en la rentabilidad de la empresa Grupo Yesur S.R.L. para el periodo 2014, 2015, 2016 (Ancassi Huanca, 2018): Los hallazgos de esta tesis revelan que los costos de comercialización pueden tener un impacto significativo en la rentabilidad de una corporación. En el caso de Grupo Yesur, los resultados sugieren que ciertos productos (cemento y hierro) generan menos ingresos en comparación con otros (tuberías de PVC, hierro corrugado), lo que afecta la rentabilidad general de la empresa. Además, la investigación revela que los gastos operativos y financieros altos también pueden afectar negativamente la rentabilidad. Estos resultados resaltan la importancia de gestionar eficientemente los costos de comercialización y de operación para maximizar la rentabilidad.

(Avalos Canales, 2011) señala en sus resultados que las estrategias de costos pueden tener un impacto directo en la utilidad neta de una empresa. La investigación sugiere que la empresa no ha implementado eficazmente estrategias de costos debido a un aumento en los costos en los últimos años. Además, los resultados también revelan que los costos varían significativamente entre las diferentes áreas de almacenamiento de espárragos, lo que afecta la rentabilidad general. Estos

hallazgos sugieren que la empresa necesita revisar y mejorar sus estrategias de costos para aumentar su utilidad neta.

En la tesis de Ruíz Vásquez, se analizó la utilidad neta de la empresa Agroquimvet J&C SCRL en los años 2017 y 2018. Los resultados mostraron una disminución en la rentabilidad en términos de ROE, ROA y margen de utilidad bruta. Esto puede ser una señal de problemas en la empresa, ya que se evidencia una menor capacidad de la empresa para pagar a sus accionistas y también un aumento en sus costos de ventas. También se observa un crecimiento significativo en la cuenta de maquinaria y equipo, lo que puede indicar una inversión significativa en la expansión o mejora de las operaciones de la empresa.

En la segunda tesis de Silvia Maribel Nina Cuayla, se analiza la utilidad neta de la Caja Tacna en el período 2001-2017. Aunque los resultados muestran una correlación significativa entre la utilidad neta y el margen operativo neto, también se menciona que la utilidad neta no logró un crecimiento sostenido durante este período. Además, se destaca que el desempeño de la Caja Tacna ha sido irregular en comparación con otras cajas municipales. Esta irregularidad en el crecimiento puede ser motivo de preocupación y puede indicar la necesidad de revisar y ajustar la estrategia financiera de la entidad.

En la tercera tesis de Erika Inés Celis Villanueva y Steven Martin Calderón Obregón. Los resultados muestran una correlación positiva media entre el sistema de costos por órdenes y varias medidas de utilidad (bruta, de operación, antes de

impuestos), lo que sugiere que la implementación de este sistema puede llevar a una mejor toma de decisiones y, por ende, a mejores resultados financieros.

Impacto del financiamiento en los ingresos por ventas (Vidaurre, 2020): El estudio encontró que el financiamiento tiene un impacto positivo y significativo en los ingresos por ventas de Gloria S.A. Esto sugiere que las decisiones de financiamiento de Gloria S.A. han sido efectivas en términos de estimular el crecimiento y aumentar los ingresos.

Gestión de indicadores financieros (Huamán Espinoza & Puente de la Vega Cáceres, 2017): Este estudio señaló que Gloria S.A. podría mejorar en la gestión de sus indicadores financieros. A pesar de que la empresa ha obtenido niveles significativos de rentabilidad, hay margen para mejorar la eficiencia operativa y maximizar aún más la rentabilidad.

Rentabilidad (Huarcaya Condori, 2020): Aunque Gloria S.A. ha demostrado ser rentable, este estudio destaca que la tasa de utilidad anual de la empresa disminuyó en 2019. Esto puede indicar que la empresa está enfrentando desafíos que podrían estar limitando su rentabilidad.

Estructura de capital y crecimiento empresarial (Vásquez Cordano & Bendezú Medina, 2008): Este estudio de Laive S.A. destaca la importancia de las ventas, la inversión y el apalancamiento financiero en el crecimiento empresarial. Los hallazgos resaltan la necesidad de una gestión estratégica efectiva de estos factores para maximizar el crecimiento y la rentabilidad.

Conducta de los costos de comercialización y su impacto en la rentabilidad (Ancassi Huanca, 2018): Este estudio de Grupo Yesur S.R.L. pone de relieve la importancia de una gestión eficaz de los costos de comercialización. Los resultados sugieren que la empresa podría mejorar su rentabilidad ajustando su estrategia de comercialización y controlando más eficazmente sus gastos operativos y financieros.

Influencia de las estrategias de costos en la utilidad neta (Avalos Canales, 2011): Este estudio sugiere que las estrategias de costos pueden tener un impacto directo en la utilidad neta. Los hallazgos indican que Servicios Agroindustriales del Norte E.I.R.L. necesita revisar y mejorar sus estrategias de costos para aumentar su rentabilidad.

Importancia del financiamiento y la gestión de costos: En la mayoría de las tesis, se destaca la importancia de una gestión financiera eficiente, incluyendo el financiamiento y la gestión de costos, para mejorar los ingresos y la rentabilidad. Por ejemplo, Vidaurre (2020), Huamán Espinoza & Puente de la Vega Cáceres (2017) y Avalos Canales (2011) destacan la importancia del financiamiento y la gestión de costos en sus respectivas empresas.

Correlación entre variables financieras y la rentabilidad: Muchas de las tesis muestran una correlación entre ciertas variables financieras y la rentabilidad de la empresa. Por ejemplo, Silvia Maribel Nina Cuayla muestra una correlación entre la utilidad neta y el margen operativo neto en Caja Tacna, y Erika Inés Celis Villanueva y Steven Martin Calderón Obregón muestran una correlación entre el sistema de costos por órdenes y la utilidad neta en una empresa constructora.

Cada tesis utiliza diferentes enfoques y métodos para analizar la situación financiera de la empresa. Por ejemplo, Vidaurre (2020) se enfoca en el impacto del financiamiento en los ingresos por ventas, mientras que Huamán Espinoza & Puente de la Vega Cáceres (2017) examinan la gestión de indicadores financieros y Huarcaya Condori (2020) se centra en la rentabilidad de la empresa.

Aunque todas las tesis se centran en aspectos financieros, llegan a diferentes conclusiones. Por ejemplo, Huarcaya Condori (2020) concluye que Gloria S.A. ha sido rentable, mientras que Huamán Espinoza & Puente de la Vega Cáceres (2017) sugieren que la empresa podría mejorar en la gestión de sus indicadores financieros. Cada tesis se centra en una empresa diferente y, en muchos casos, en diferentes sectores. Esto significa que los hallazgos y conclusiones de cada tesis son específicos para esa empresa y sector, y pueden no ser aplicables a otras empresas o sectores.

En general, estas tesis destacan la importancia de diversas estrategias financieras y de gestión para maximizar los ingresos y la rentabilidad. En particular, la gestión efectiva de los costos, el financiamiento y las inversiones parecen ser factores clave para el éxito financiero. Sin embargo, también sugieren que estas estrategias deben adaptarse a las circunstancias específicas de cada empresa y que deben revisarse y ajustarse regularmente para responder a las condiciones cambiantes del mercado y a los desafíos emergentes.

Demuestran la importancia de analizar y entender la utilidad neta y otros indicadores financieros para evaluar la salud financiera y la rentabilidad de una

empresa. Cada tesis proporciona una perspectiva única y valiosa, pero todas subrayan la necesidad de una gestión financiera efectiva para asegurar el éxito y la rentabilidad a largo plazo de una empresa.

Proporcionan valiosas ideas sobre la importancia de la gestión de costos, la inversión y el financiamiento en la rentabilidad y el crecimiento de una empresa. Sin embargo, también subrayan la necesidad de adaptar las estrategias a las circunstancias específicas de cada empresa para maximizar los resultados.

Estos hallazgos sugieren que Gloria S.A. ha logrado un crecimiento significativo y una rentabilidad sólida gracias a sus decisiones de financiamiento y su relación con los proveedores. Sin embargo, también sugieren que la empresa podría necesitar mejorar la gestión de sus indicadores y tomar en cuenta factores emergentes que puedan estar afectando su rendimiento financiero.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

1.- Se ha demostrado a través del R cuadrado que es de 98.97% para el presente caso, donde las utilidades de Gloria S.A. dependen de las Ventas netas y resultados antes de impuesto Además los probabilísticos de las variables independientes son menores a 0.05, lo cual es importante por generar seguridad estadística. Se puede decir que para lograr acumulación de capitales es necesario vender cada vez más.

2.- Se ha probado que cuando las ventas se incrementan entonces la utilidad neta se ve en aumento. Dado que la relación es del 77% una relación alta. Por otra parte, se puede afirmar que las utilidades dependen de las ventas de la empresa Leche Gloria.

3.- Se ha determinado que los resultados antes de impuestos se relacionan con las utilidades de la empresa. En esa perspectiva se puede observar que la relación de ambas variables es de 99.28%.

4.- Se ha confirmado que la relación existente entre costos de ventas y utilidades netas es inversa. En este caso la concordancia es de -74.8% que es elevada, aunque no contundente. Y si se busca cuanto dependen las utilidades de los costos de ventas entonces se puede afirmar que es del 56%.

5.- Se ha probado que la relación entre activos y ventas es alta. En los resultados observados de la serie histórica de Gloria S.A. se denota que la relación es de 98.83% alta y significativa.

5.2 Recomendaciones

1.- Centrar esfuerzos en economía donde la política monetaria tenga como objetivo hacer crecer las colocaciones por parte de los agentes financieros, si bien no hay control sobre la tasa de interés, mas, si se puede intervenir reduciendo la tasa de referencia y disminuyendo el porcentaje del encaje legal ello permitiría incrementar disponibilidad en los bancos y se podría incrementar las colocaciones.

2.- Vender más es la mejor recomendación, sea en el mercado interno o en el mercado internacional. Esta segunda posibilidad es in extenso, no tendría fronteras para una empresa que ha demostrado en el tiempo solidez y eficiencia.

3.- Las utilidades brutas son importantes como primer paso a evaluar de allí la utilidad operativa, y la utilidad antes de impuestos, para llegar a la utilidad neta. En el devenir de las cuentas es importante hacer seguimiento a este flujo. Al final lo que importa desde la perspectiva empresarial son las utilidades netas, pero antes es imprescindible que las utilidades antes de impuestos sean cifras positivas.

4.- Optimizar costos para una mejor rentabilidad. Para ello es recomendable saber comprar las materias primas y lograr niveles de productividad de máquinas y del personal.

5.- Solidificar los activos, para vender más, vender más y solidificar los activos. Este círculo nos ilustra el crecimiento sano y consistente de la actividad empresarial. A la fecha es lo que se ha demostrado a través de la evidencia empírica.

BIBLIOGRAFIA

- Aliaga Figueroa, C. V. (2017). INFLUENCIA DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA EN LA RENTABILIDAD DE LA COOPERATIVA AGRARIA MULTISERVICIOS CASA DE ABRAHAM, CAJAMARCA PERIODOS 2015 - 2016 [Universidad Privada del Norte]. In *Universidad Privada del Norte*. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/11291>
- Ancassi Huanca, A. T. (2018). COMPORTAMIENTO DEL COSTO DE COMERCIALIZACION Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA GRUPO YESUR S.R.L. EN LOS PERIODOS 2014-2015-2016 [Universidad Nacional del Altiplano]. In *Tesis*. [https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6715/RuízVásquez%2C Brayan Jhordan.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6715/RuízVásquez%2C%20Brayan%20Jhordan.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arias Gonzales, J. L. (2020). Métodos de Investigación Online. In CONCYTEC (Ed.), *Concytec*. https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2237/1/AriasGonzales_MetodosDeInvestigacionOnline_libro.pdf
- Avalos Canales, V. A. (2011). *Influencia de las estrategias de costos en la utilidad neta de la empresa servicios agroindustriales del norte E.I.R.L [UNIVERSIDAD NACIONAL DE TRUJILLO]*. https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3713/avalos_c.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Calderón Obregón, S. M. (2019). *SISTEMA DE COSTOS POR ÓRDENES Y SU INCIDENCIA CON LA UTILIDAD NETA DE UNA EMPRESA CONSTRUCTORA EN EL DISTRITO DE SURCO – 2019* [Universidad Autónoma]. <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/18915/browse?type=author&order=ASC&rpp=65&value=Calderón+Obregón%2C+Steven+Martin>
- Huaman Espinoza, C., & Puente de la Vega Caceres, A. (2017). PLAN DE FINANZAS PARA LA EMPRESA GLORIA S.A. [PUCP]. In *PUCP*. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9623/HUAMAN_PUENTE_PLAN_GLORIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Huarcaya Condori, B. E. (2020). Análisis de la rentabilidad de la empresa Leche Gloria S.A., periodo 2017 - 2019 [Universidad César Vallejo]. In *UCV EPG* (Vol. 1).
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/72129/Huarcaya_CBE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- León Valbuena, N. I. (2013). Fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial. *Revista de Ciencias Sociales*, 19(2), 379–389.
<https://doi.org/10.31876/rcs.v19i2.25629>
- Luna Mariaca, D. L. (2020). LA UTILIDAD NETA Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA PETROPERU S.A., PERIODO 2011-2019 [UPT]. In *UPT*.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52048/Jaimes_VCM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Miranda Yauri, M. B., & Rivas Carrasco, V. P. (2021). La rentabilidad sobre las ventas netas de la empresa Cartavio S.A.A, período 2016-2020 [UCV]. In *UCV* (Vol. 1).
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/74824/Miranda_YMB-Rivas_CVP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nina, S. (2018). *Utilidad neta, activos fijos y márgenes operacionales en la caja Tacna en el período 2001- 2017* [UJCM].
http://repositorio.ujcm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12819/534/Silvia_titulo_tesis_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ruíz Vásquez, B. J. (2020). Utilidad neta de la empresa Agroquimvet J&C SCRL-2018. *Universidad SEÑOR DE SIPÁN*, 1–30.
https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6715/Ruiz_Vasquez%2C%20Brayan%20Jhordan.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Valdivia Yancul, B., Villanueva Labán, D., & Zuñiga Cullcush, O. (2018). *Valoración de Gloria S.A.* [Universidad del Pacífico].
https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2057/Betsy_Tesis_maestría_2018.pdf
- Vasquez Cordano, A., & Bendezu Medina, L. (2008). *Ensayos sobre el rol de la infraestructura vial en el crecimiento económico del Perú* (ediciones nova P.

S.a.c (ed.); consorcio).
<https://www.cies.org.pe/sites/default/files/files/diagnosticoypropuesta/archivos/dyp-39.pdf>

Vidaurre, C. (2020). El Financiamiento y su Influencia en los Ingresos por Ventas: Caso Empresa Leche Gloria S. A. *Quipukamayoc*, 28(57), 59–66.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v28i57.18427>

ANEXOS

Anexos 1: Matriz de consistencia

Tabla 7

Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
¿Cómo influyen ventas netas y los resultados antes de impuestos en los niveles de utilidad neta la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020?	Determinar que, las utilidades netas de la empresa GLORIA S.A. se explica por las ventas netas y los resultados antes de impuestos en el periodo 1999-2020.	las utilidades netas de la empresa GLORIA S.A. se explica por las ventas netas y los resultados antes de impuestos en el periodo 1999-2020.	VD: Utilidad neta. VI: VI1: ventas netas	El método que se empleará es el inductivo. Es un trabajo de investigación no experimental. Es una investigación básica. Nivel de investigación explicativa relacional.
Problemas específicas ¿cómo es la relación entre ventas netas y utilidades netas de la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020. ¿De qué manera se relaciona utilidad	Objetivos específicos Demostrar que, existe relación directa entre las ventas netas y las utilidades netas de la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.	Hipótesis específicas Existe relación directa entre las ventas netas y las utilidades netas de la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020. Existe relación directa entre utilidad neta y los resultados antes de impuestos en la empresa	VI2: Resultados antes de impuestos	La población son expedientes de 22 años y la muestra a un error de 1% resulta ser expedientes de 22 años de análisis. Fuentes de investigación, La Bolsa de Valores de Lima (BVL), el Instituto Nacional de estadística e informática (INEI), el Banco central de reserva

<p>neta y los resultados antes de impuestos en la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020?</p> <p>¿Cuál es la relación entre utilidad neta y costo de ventas de la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020?</p> <p>¿Cómo es la relación entre activos totales y ventas netas en la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020?</p>	<p>Probar que, existe relación directa entre utilidad neta y los resultados antes de impuestos en la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.</p> <p>Contrastar que, existe relación inversa entre utilidad neta y costo de ventas de la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.</p> <p>Determinar que, existe relación directa entre activos totales y ventas netas en la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.</p>	<p>GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.</p> <p>Existe relación inversa entre utilidad neta y costo de ventas de la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.</p> <p>Existe relación directa entre activos totales y ventas netas en la empresa GLORIA S.A. en el periodo 1999-2020.</p>		<p>del Perú (BCRP). Superintendencia Mercado de Valores (SMV)</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------------------------------------------------